



# Debates y Escenarios en Ciencias ADMINISTRATIVAS

ISBN: 978-9942-759-24-5

COMPILADORES:

Max Olivares Alvares

Magda Cejas Martinez

Centro de Estudios Transdisciplinarios Bolivia  
Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador

# Debates y Escenarios en Ciencias Administrativas



COMPILADORES:  
Max Olivares Álvares  
Magda Cejas Martínez

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

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)

ISBN: 978-9942-759-24-5

Fecha de edición: 2017-08-31

Edición con fines académicos no lucrativos.

Impreso y hecho en Ecuador

Diseño y Tipografía: Lic. Pedro Naranjo Bajaña



Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador

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

Tel.: 00593 4 2037524

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

## **COMITÉ EDITORIAL**

Dr. Luis Vargas Espinoza

Dr. Mario Florez Guzman

Dr. Francisco Gerardo Barroso Tanoira

Dr. Jose Obdulio Curvelo Hassan

Dr. Miguel Ángel Cervantes Penagos

## AUTORES

Absalon Wilberto Guerreo Rivera  
Alex Duque Yépez  
Alexa María Cedeño Macías  
Alexander Herrera Freire  
Ana del Rocío García Loor  
Ana Elizabeth Moscoso Parra  
Ana Manuela Palma Avellan  
Ángel Manuel Rodrigo Viera Zambrano  
Ángela Silva Muñoz  
Angie Pérez  
Araceli Beatriz Lucio Quintana  
Arturo Àlava Intriago  
Augusto Marcillo  
Beatriz Loor Ávila  
Bella del Rocío Garabiza Castro  
Bertha Elizalde Ramos  
Brígida Quijije Torres  
Byron Castro Villacis  
Camilo Frías Casco  
Carlos Bazurto Hidalgo  
Carmen Eloisa Zambrano  
Carmen Washbrum Duque  
Carolina Paola Jaramillo Bayas  
Cecilia Alexandra Portalanza Chavarría  
Cecilia Vélez Barros  
César Alfredo Villa Maura  
César Ernesto Litardo Caicedo  
Cesar Freire  
Cesar Javier Quezada Abad  
Delia Isabel Carrión León  
Diana Evelyn Vargas Ulloa  
Diana Neira Vaque  
Diego Calvopiña-Andrade  
Diego Cisneros Quintanilla  
Dina Davis Castro  
Dominga Ernestina Rodríguez Angulo  
Doris Sánchez Lunavictoria  
Edith Marlene Rogel Gutierrez  
Edwin Alexander Aguilar Sanchez  
Elías Ortiz Morejón  
Elicia Cruz  
Erwin José Guillén Franco  
Fabiola Vanessa Durán Ganchoza  
Fabricio Rolando Rivadeneira Zambrano  
Fausto Marcelo. Donoso Valdiviezo  
Félix Carrera Buri  
Félix Olivero-Sánchez  
Flor Isabel Salazar Vázquez  
Flor María Arteaga Ureta  
Flor María Calero Guevara  
Flor Selenita PARRALES Velasco  
Flor Yelena Vega Jaramillo  
Florípes del Rocío Samaniego Erazo  
Francisco Arias Larrea  
Francisco Vladimir Benítez Luzuriaga  
Gabriela Aizaga Castro  
Gabriela del Rocío Molina Ochoa  
Galo Fernando Chimborazo Rocha  
Gema Henríquez Zambrano  
Gicela Carola Aguilar Mora  
Glenda Gutierrez Candela  
Guillermo Isaac Castillo Tumaille  
Gustavo Adolfo Rubio Rodríguez  
Gustavo Salazar Bustos  
Henry Anibal Ríos Ríos  
Holger Bejarano Copo  
Inés del Tránsito Palomeque Cordova  
Irán Alonso Hernández  
Irene Patricia Sánchez González  
Iván Patricio Arias Gonzalez  
Janeth Doris Salazar González  
Javier Alejandro Bermeo Pacheco  
Jessica Paola Cajas Guerra  
Jessica Plaza Manzaba  
Jimmy Díaz Cueva  
Jimmy Javier Jara Niveló  
Johanna Alejandro Tapia  
John Eddson Burgos Burgos  
Jorge Antonio Villacis Salcedo  
Jorge Coronel Carbo  
Jorge Eduardo Arias Montero  
Jorge Guadalupe Mendoza León  
Jorge Herminio González Urgiles  
José Álvarez Román  
Jose Kennedy Ollague Valarezo  
José Leonel López Robles  
José Luis Hidalgo Torres  
José Torres Miranda  
Juan Francisco Sánchez Guerrero  
Juan Ramiro Guerrero Jirón  
Karem Paola Zambrano Sinche  
Karen Iveth Valdéz Monteón  
Karen Mendoza García  
Karen Ochoa Quirola  
Karina Cecilia Arteaga Muñoz  
Karina García Reyes  
Karina Govea  
Katty Gisella Zambrano Alcívar  
Kléber Luna Altamirano  
Lady Andrea León Serrano

Lady Mercedes Zambrano Garcia  
Lenin Andrés Párraga Zambrano  
Lenín Balseca Tapia  
Liana Carola Sánchez Cabrera  
Ligia Miño  
Lorena Elizabeth Muquis Tituaña  
Luci Salas Narváez  
Luis Adrián Castro Quiroa  
Luis Carlos Arraut Camargo  
Luis Felipe Rodríguez Torres  
Magaly de Jesús Romo Alvarez  
Manuel Arcesio López Feijoo  
Marcia Esther JarrínSalcán  
Marco Antonio Fernández Encalada  
Margot Lalanguí Balcázar  
María Auxiliadora García Yance  
María Claudia Rivasvinueza  
María Isabel Ordóñez Hernández  
María José Álvarez Verdezoto  
Marina Mero Figueroa  
Mario Andrés Reina Palma  
Mario Heimer Florez Guzman  
Mario Samuel Rodríguez Barrero  
Marjorie Acosta  
Marlene Mariluz Mendoza Macías  
Marlene Mendoza Macías  
Marlon Valencia  
Mary Daviushka Sornoza Garcia  
Mauricio Samuel Noblecilla Grunauer  
Mauro Carlos Tapia Toral  
May Hauer-Simmonds López  
Mayiya Lisbeth González Illescas  
Mayra Tatiana González Román  
Melissa Paulina Calle Iñiguez  
Mercedes Marcela Pincay Pilay  
Miguel Orlando Espinosa Galarza  
Milton Marcel Jaramillo Bayas  
Milton Proaño Castro  
Nancy Janneth Tapia Espinoza  
Natalia Andrade Moreira  
Nancy Vanessa Quinaluisa Morán  
Nathaly Marzo Páez  
Nuvia Aurora Zambrano Barros  
Olga Germania Arciniegas Paspuel  
Omar Gabriel Mejía Flores  
Orly Carvache Franco  
Oscar Parada Gutiérrez  
Pamela Alejandro Tapia  
Paola Estefania Albán Trujillo  
Patricia Alexandra Uriguen Aguirre  
Patricio Fabián Bucheli Ponce  
Ramón René Palacio Cinco

Raquel Virginia Colcha Ortíz  
Remigio Antonio Vázquez López  
Romulo Alejandro Barba López  
Rosa Yesenia Vera Loor  
Rosana Eras Agila  
Rossana Dolores Tóala Mendoza  
Rubén Darío Mero Mero  
Sally Melaine Ruales De Haz.  
Sandra Sayonara Solórzano Solórzano  
Silvia Elizabeth Tagle León  
Silvia Gabriela Barrionuevo Banzates  
Susy Toala Mendoza  
Tatiana Stefanía Macías Muentes  
Teresa Lopez Mendoza  
Timmy García Carpio  
Verónica Merchán Jácome  
Víctor Calle  
Víctor Eduardo Chinín Campoverde  
Víctor Ernesto Márquez Pérez  
Virgilio Salcedo-Muñoz  
Vladimir Alexander Ávila Rivas  
Washington Pazmiño Gavilánez  
Wendy Nathaly Espinoza Espinoza  
William Medina Castillo  
William Merdardo Pulupa  
William Sarmiento Espinoza  
William Stalin Aguilar Galvez  
Wilson Cedeño Morán  
Xavier Fernando Ortega Haro  
Ximena Minshely Guillín Llanos  
Yamil De Haz Cruz  
Yanina Isabel Lavayen Herrera  
Yolanda María Laines Álvarez  
Yonaiker Navas-Montes

## INDICE

Prólogo.....	13
--------------	----

### Capítulo I Comercio exterior

<b>La transformación de la matriz productiva como impulso al sector exportador ecuatoriano.....</b>	<b>15</b>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Econ. Silvia Elizabeth Tagle León, MSc

Ing. Flor Selenita Parrales Velasco

<b>Corredor marítimo, terrestre y fluvial del Ecuador ¿integración y conectividad física para el comercio exterior? .....</b>	<b>27</b>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Ing. Timmy García Carpio, MBA

Ing. Fabiola Vanessa Durán Ganchoza, MCE

Econ. Mayiya Lisbeth González Illescas, MCI

<b>Las barreras artificiales al comercio exterior y su impacto en el sector textil del Ecuador 2008-2016.....</b>	<b>38</b>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Econ. William Merdardo Pulupa

Econ. Karina García Reyes

### Capítulo II Política agrícola

<b>La producción nacional, de lo agrícola hacia el servicio: caso Ecuador (2008-2016).....</b>	<b>59</b>
------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Econ. Mauro Carlos Tapia Toral Msc.

Econ. Gustavo Salazar Bustos Msc.

Ing. Francisco Arias Larrea , MBA.

<b>Caracterización de la agricultura de subsistencia en 13 parroquias rurales del Cantón Loja-provincia de Loja, Ecuador, 2016.....</b>	<b>73</b>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Víctor Eduardo Chinín Campoverde

Mayra Tatiana González Román

María Isabel Ordóñez Hernández

<b>Desarrollo agropecuario para el mejoramiento de la producción y comercialización agrícola del cantón salitre.....</b>	<b>87</b>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Marina Mero Figueroa

Irán Alonso Hernández

Jessica Plaza Manzaba

**La competitividad de las exportaciones ecuatorianas de las frutas no tradicionales: un análisis cuantitativo.....113**

Sandra Sayonara Solórzano Solórzano  
Lenín Balseca Tapia  
Bertha Elizalde Ramos

### **Capítulo III Negocios y finanzas**

**Interrelaciones y tensiones en negocios competitivos.....125**

Yonaiker Navas-Montes  
Félix Olivero-Sánchez  
Jimmy Díaz Cueva

**Estabilidad financiera en Ecuador. La red de seguridad, seguros de depósitos y fondos de liquidez.....137**

Bella del Rocío Garabiza Castro  
Juan Francisco Sánchez Guerrero

**Las finanzas conductuales para la toma de decisiones.....162**

Ximena Minshely Guillín Llanos  
Nuvia Aurora Zambrano Barros  
Dominga Ernestina Rodríguez Angulo

### **Capitulo IV Turismo y gestión comercial**

**Economía y ambiente. Teoría, externalidades del sector turístico e incentivos para su minimización en Ecuador.....166**

Phd. Marlene Mariluz Mendoza Macías  
Phd. (c) Erwin José Guillén Franco

**Plan para la expansión de actividades dentro del mercado de turismo emisor. Estudio de caso en Guayaquil.....182**

Mgs. Erwin Guillén Franco  
Ph. D. Marlene Mendoza Macías  
Ing. Gema Henríquez Zambrano

**La energía renovable y su relación con el desarrollo turístico sustentable de la provincia del oro.....198**

Econ. Flor Yelena Vega Jaramillo, Mgs.  
Econ. Patricia Alexandra Uriguen Aguirre, Mgs.  
Ing. Nancy Janneth Tapia Espinoza, Mgs.



**Lineamientos estratégicos para el fomento de los emprendimientos turísticos en Ecuador.....209**  
José Álvarez Román  
María José Álvarez Verdezoto  
Diego Calvopiña Andrade

**Estudio de los hábitos del consumidor, caso compra de alimentos en la provincia de santa Elena-Ecuador.....223**  
Ing. Jairo Cedeño Pinoargote, MSc.  
Ing. Verónica Benavides Benítez. MSc.  
Eco. Hugo Álvarez Plúa

**Agentes contaminantes y su incidencia en el turismo contemporáneo, estudio Playa La Caleta, del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.....230**  
Eco. Hugo Álvarez Plua, MSc.  
Ing. Verónica Benavides Benítez. MSc.  
Blga. Mayra Cuenca Zambrano, MSc.

## Capítulo V Innovación gerencial

**La gestión de la innovación y su incidencia en la calidad de productos de las empresas manufacturera con material reciclado.....241**  
Ana del Rocío García Loor  
Mary Daviushka Sornoza Garcia  
Lady Mercedes Zambrano Garcia

**Estilo gerencial como parte de la cultura organizacional y el desempeño laboral en las procesadoras de atún de la provincia de Manabí.....254**  
Flor María Calero Guevara  
Alexa María Cedeño Macías  
Patricio Fabián Bucheli Ponce

**Aplicación del neuromarketing en la decisión de compra de vestuario por las personas no videntes.....262**  
Gabriela del Rocío Molina Ochoa

**Nuevos modelos organizacionales: la tendencia de freelance en Ecuador.....276**  
Ing. Marjorie Acosta, MBA

**Modelo de gestión y control interno financiero para una empresa ubicada en la ciudad de Guayaquil.....291**  
Rosa Yesenia Vera Loor  
Omar Gabriel Mejía Flores  
Jimmy Javier Jara Niveló

**Plan estratégico de ventas utilizando el neuromarketing aplicado a la psicología del consumidor.....304**  
 Sally Melaine Ruales De Haz.  
 Lic. Yamil De Haz Cruz, MSc.  
 Lic. María Auxiliadora García Yance, MSc  
 Ing. Byron Castro Villacis, MSc.

**Modelo para el control de la gestión del aprovisionamiento en las universidades públicas del Ecuador. Aplicación en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.....313**  
 Doris Sánchez Lunavictoria  
 Fausto Marcelo. Donoso Valdiviezo  
 Oscar Parada Gutiérrez

**El Monopsonio como estructura básica de los mercados de intermediación. Su utilidad en el análisis de la formación de los precios especialmente de bienes primarios.....322**  
 Alejandro Ruiz Dimas

**Capítulo VI  
 Planificación**

**La planificación financiera en la pequeña industria manufacturera. ¿Conocimiento o disciplina?.....347**  
 Rubén Darío Mero Mero

**Las políticas sectoriales en el servicio de rentas internas y el cumplimiento con el plan nacional del buen vivir .....371**  
 Flor María Arteaga Ureta  
 Carmen Eloisa Zambrano  
 Ana Manuela Palma Avellan

**Plan estratégico para la sostenibilidad en el mercado, y fortalecimiento en áreas administrativas financieras en las asociaciones agropecuarias.....379**  
 Silvia Gabriela Barrionuevo Banzates  
 Paola Estefania Albán Trujillo  
 Araceli Beatriz Lucio Quintana

**Capitulo VII  
 Emprendimiento social**

**Incentivos tributarios en emprendimientos ecuatorianos.....390**  
 Cecilia Vélez Barros  
 Beatriz Loor Ávila  
 Gabriela Aizaga Castro

**La capacidad emprendedora en el sector comercio informal.....400**  
 Lady Andrea León Serrano

<b>Propuesta para diseñar una pequeña empresa familiar comercializadora de productos agrícolas como plátano y yuca del cantón Guayaquil, captando el mercado de las islas galápagos vía internet y utilizando las redes sociales.....</b>	<b>406</b>
Lic. Elicia Cruz, Msc.	
Lic. Ligia Miño, Mgs.	
Ing. Augusto Marcillo	
<b>Generación de visiones emprendedoras de la moda infantil como nuevas fuentes de empleo y su incidencia en la economía, en la ciudad de Babahoyo.....</b>	<b>417</b>
Econ. Verónica Merchán Jácome, Mae	
Ing. Washington Pazmiño Gavilánez, Mae	
<b>Migración internacional de retorno y desarrollo de emprendimientos turísticos en Riobamba-Ecuador.....</b>	<b>428</b>
José Álvarez Román	
María José Álvarez Verdezoto	
Diego Calvopiña-Andrade	
<b>El emprendimiento en estudiantes universitarios – un estudio de caso en Colombia.....</b>	<b>439</b>
MSC. Mario Samuel Rodríguez Barrero	
MSC. Gustavo Adolfo Rubio Rodríguez	
Dr. Mario Heimer Florez Guzman	
<b>Estrategias del marketing educativo universitario y su incidencia en la captación de los bachilleres: caso Universidad Técnica de Machala.....</b>	<b>450</b>
Vladimir Alexander Ávila Rivas	
Melissa Paulina Calle Iñiguez	
Mauricio Samuel Noblecilla Grunauer	
<b>Perfil del emprendedor femenino en Ecuador.....</b>	<b>462</b>
Romulo Alejandro Barba López	
Janeth Doris Salazar González	
Marco Antonio Fernández Encalada	
<b>Gestión estratégica para el emprendimiento del sector de economía popular.....</b>	<b>472</b>
Inés del Tránsito Palomeque Cordova	
Liana Carola Sánchez Cabrera	
Jose Kennedy Ollague Valarezo	
<b>Sistema de competencias en la formación del Trabajador Social en la Universidad Técnica de Machala.....</b>	<b>485</b>
Karem Paola Zambrano Sinche	
Gicela Carola Aguilar Mora	

**Modelo de creatividad STIM11 para el desarrollo de productos innovadores bajo el enfoque difuso.....496**

Kléber Luna Altamirano  
William Sarmiento Espinoza  
Diego Cisneros Quintanilla.

**Los Youtubers como parte del Marketing de Influencia en la sociedad actual.....509**

Lcda. Luci Salas Narváez, MAE  
Econ. Diana Neira Vaque, MBA

**El emprendimiento, una alternativa de desarrollo local: caso ruta del Spondylus, Ecuador.....520**

Natalia Andrade Moreira  
Ángela Silva Muñoz  
José Torres Miranda

## **Capitulo VIII Responsabilidad social**

**La responsabilidad social (RS) desde la mipymes de la ciudad de Guayaquil: industrias de alimentos y bebidas.....534**

Wilson Cedeño Morán  
Brígida Quijije Torres

**La gestión de proyectos bajo la responsabilidad social, considerada como proyecto ético en las IES.....562**

Elías Ortiz Morejón  
Nathaly Marzo Páez  
Jorge Coronel Carbo

**La responsabilidad social empresarial: su aplicación en los supermercados de la ciudad de Machala.....579**

Virgilio Salcedo-Muñoz  
Holger Bejarano Copo  
Alexander Herrera Freire

**Responsabilidad Social en el entorno empresarial.....599**

Mgs. Xavier Fernando Ortega Haro  
Msc. Nancy Vanessa Quinaluisa Morán  
Mgs Absalon Wilberto Guerreo Rivera

## Capítulo IX Indicadores

<b>El balanced scorecard para medir los indicadores de gestión en las empresas consultoras de Guayaquil.....</b>	<b>606</b>
Ing. Pamela Alejandro Tapia, MAE	
Ing. Johanna Alejandro Tapia, MAE	
Ing. Milton Proaño Castro, MAE	
<b>Análisis del balance social en base a la metodología ACI, para cooperativas de ahorro y crédito.....</b>	<b>625</b>
Iván Patricio Arias Gonzalez	
Jessica Paola Cajas Guerra	
Raquel Virginia Colcha Ortíz	
<b>La investigación científica en la economía de las empresas, mediante la modelación de ecuaciones estructurales, indicadores reflectivos y su análisis en smartpls.....</b>	<b>636</b>
John Eddson Burgos Burgos	
<b>Plan de mejora continua, aplicando la herramienta del PHVA (planificar, hacer, verificar, actuar), para mejorar la calidad de servicio al cliente, estudio de caso empresa Cerámica S.A.....</b>	<b>652</b>
Liana Carola Sánchez Cabrera	
Edith Marlene Rogel Gutierrez	
Jose Kennedy Ollague Valarezo	
<b>Análisis de comportamiento de compra y los factores de motivación de madres que trabajan fuera del hogar.....</b>	<b>661</b>
Magaly de Jesús Romo Alvarez	
May Hauer-Simmonds López	
Mercedes Marcela Pincay Pilay	
<b>Indicadores Financieros de Gestión y su efecto en la Liquidez y Solvencia de las organizaciones...</b>	<b>676</b>
Jose Kennedy Ollague Valarezo	
Liana Carola Sánchez Cabrera	
Inés del Tránsito Palomeque Cordova	
<b>Balance de líneas en procesos productivos.....</b>	<b>691</b>
Ángel Manuel Rodrigo Viera Zambrano	
Henry Anibal Ríos Ríos	
Galo Fernando Chimborazo Rocha	

## Capítulo X

### Clima organizacional

- Incidencia del clima organizacional en la motivación laboral.....713**  
Remigio Antonio Vázquez López  
Flor Isabel Salazar Vázquez  
Jorge Herminio González Urgiles
- Estudio del clima organizacional en latinus e-professional business.....726**  
Msc. María Claudia Rivasvinueza  
Cecilia Alexandra Portalanza Chavarría  
Msc. Teresa Lopez Mendoza
- La seguridad industrial y el desempeño laboral en restaurantes al norte de Guayaquil.....743**  
Ing. Milton Proaño Castro, MAE  
Ing. Pamela Alejandro Tapia, MAE  
Ing. Johanna Alejandro Tapia, MAE
- Creación en la ciudad de Machala de una empresa comercializadora internacional de productos ecuatorianos, orientada hacia el mercado de Colombia.....764**  
Jorge Eduardo Arias Montero  
Javier Alejandro Bermeo Pacheco  
Juan Ramiro Guerrero Jirón  
Manuel Arcesio López Feijoo

## Capítulo XI

### Inversiones

- Teoría del juego en las decisiones de maximización de la riqueza del inversionista.....775**  
Cesar Freire, Profesor  
Félix Carrera Buri,  
Víctor Calle
- Incidencia de los sectores económicos en la empleabilidad territorial: caso Ecuador.....793**  
Florípes del Rocío Samaniego Erazo  
Víctor Ernesto Márquez Pérez  
César Alfredo Villa Maura
- Análisis de varianza de los sectores de producción con rendimientos homogéneos en la ciudad de Guayaquil – Ecuador durante el año 2016.....813**  
Karina Govea  
Angie Pérez  
Marlon Valencia

**Incidencia del riego empresarial en la provincia de Chimborazo.....831**  
César Alfredo Villa Maura  
Florípes del Rocío Samaniego Erazo  
Diana Evelyn Vargas Ulloa

**Evaluación de robustez de componentes de modelos de negocios basándose en el concepto de análisis de escenarios.....842**  
Edwin Alexander Aguilar Sanchez  
Liana Carola Sánchez Cabrera  
Inés del Tránsito Palomeque Córdova

## **Capitulo XII**

### **Las PYME**

**Incidencia del emprendimiento microempresarial en el desarrollo económico del sitio San Andrés del cantón Chone, desde agosto a noviembre del 2014.....854**  
Susy Toala Mendoza  
Karen Mendoza García  
Arturo Àlava Intriago

**Análisis del fortalecimiento en el sector empresarial al establecer estrategias de desarrollo exitoso del segmento pequeña y mediana empresa de la provincia del oro- Ecuador.....862**  
Miguel Orlando Espinosa Galarza  
Cesar Javier Quezada Abad  
Jorge Antonio Villacis Salcedo

**Las tecnologías de la información y comunicación en las pequeñas y medianas empresas de la zona norte de Manabí, Ecuador.....873**  
Katty Gisella Zambrano Alcívar  
Lenin Andrés Párraga Zambrano  
Fabricio Rolando Rivadeneira Zambrano

**La cultura organizacional y la innovación para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) de la provincia del Guayas-Ecuador.....889**  
Orly Carvache Franco  
Camilo Frías Casco  
Glenda Gutierrez Candela

**Emprendimiento de una PYME dedicada a la producción y comercialización de café en saquitos filtrantes en la ciudad de Jipijapa.....896**  
Omar Gabriel Mejía Flores  
Wendy Nathaly Espinoza Espinoza  
Guillermo Isaac Castillo Tumaille

**Cooperación en la estrategia internacional de producto: Incidencia directa o indirecta en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas de mercados emergentes.....903**

Francisco Vladimir Benítez Luzuriaga

Irene Patricia Sánchez González

### Capítulo XIII Gestión educativa

**La conflictividad política y su influencia en el control de la gestión administrativa de la escuela superior politécnica de Chimborazo.....914**

Fausto Marcelo. Donoso Valdiviezo

Oscar Parada Gutiérrez

Doris Sánchez Lunavictoria

**Revolución educativa: caso Ecuador análisis del sistema educativo ecuatoriano.....926**

Tatiana Stefanía Macías Muentes

**El marketing político y los perfiles de aceptación de los candidatos a rector y vicerrectores de la Universidad Técnica de Machala, año 2017.....950**

Eco. Vladimir Alexander Avila Rivas

Lcdo. William Stalin Aguilar Galvez

Lcda. Ana Elizabeth Moscoso Parra

**Plan de mejoramiento del control asistencial para estudiantes de la carrera ingeniería en gestión empresarial, facultad de ciencias administrativas, universidad de Guayaquil.....976**

Ing. Karen Ochoa Quirola, Mae.

Lsi. Delia Isabel Carrión León, Msig.

Ing. José Luis Hidalgo Torres, MgDes.

Sra. Yanina Isabel Lavayen Herrera

**Activos intangibles invisibles: una innovación al sector público.....997**

Ing. Mario Andrés Reina Palma

MSc. Olga Germania Arciniegas Paspuel

**Innovación Organizacional en el enlace de turno del personal de enfermería.....1008**

Karen Iveth Valdéz Monteón

Ramón René Palacio Cinco

Luis Adrián Castro Quiroa

Jorge Guadalupe Mendoza León

**Diseño de un sistema de gestión para la innovación, en un hospital privado de Navojoa, Sonora...1021**

Lic. José Leonel López Robles

Mtro. Jorge Guadalupe Mendoza Leon.

Dr. Luis Felipe Rodríguez Torres.

Dr. Luis Carlos Arraut Camargo



## Capítulo XIV Gestión tributaria

<b>RISE como herramienta tributaria para comerciantes de la bahía en Guayaquil.....</b>	<b>1029</b>
Carlos Bazurto Hidalgo	
Carmen Washbrum Duque	
Alex Duque Yépez	
<b>Análisis de la evolución de los ingresos tributarios en el Ecuador periodo 2008-2016.....</b>	<b>1037</b>
Margot Lalangui Balcázar	
Rosana Eras Agila	
<b>Análisis de los impuestos en la regional el oro y su impacto en la recaudación fiscal del Ecuador, durante el periodo 2014 al 2016.....</b>	<b>1047</b>
Marcia Esther JarrínSalcán	
Yolanda María Laines Álvarez	
Dina Davis Castro	
<b>La dicotomía de la información financiera y fiscal en el Ecuador.....</b>	<b>1061</b>
Lorena Elizabeth Muquis Tituaña	
Milton Marcel Jaramillo Bayas	
Carolina Paola Jaramillo Bayas	
<b>El Presupuesto y su importancia en el Sector Público Ecuatoriano.....</b>	<b>1074</b>
Wiliam Medina Castillo	
Rosana Eras Agila	
Margot Lalangui Balcázar	
<b>Incidencia del control interno en la gestión administra de la corporación nacional de electricidad del cantón Chone, provincia Manabí.....</b>	<b>1085</b>
Rossana Dolores Tóala Mendoza	
Karina Cecilia Arteaga Muñoz	
César Ernesto Litardo Caicedo	
<b>RISE, herramienta tributaria creada por el SRI para regular tributos de los comerciantes informales de la Bahía en Guayaquil.....</b>	<b>1097</b>
Ing. Carlos Bazurto Hidalgo, MAE	
Ing. Carmen Washbrum Duque	
Ing. Alex Duque Yépez, MsC	

## Prólogo

La globalización económica ha tenido fuertes efectos, en especial en los países con menos niveles de industrialización, no sólo en los sistemas económicos y financieros también en otros aspectos como el cambio en los paradigmas, el impacto de las tecnologías e innovaciones y por ende, la constante la generación de conocimiento producto del quehacer científico e investigativo que intenta dar respuesta a las grandes interrogantes.

De esta realidad no está ajena las ciencias administrativas, el entorno en el que se desenvuelven las instituciones se caracteriza por un ambiente dinámico, de alta competencia y en continuo cambio, esta constante evolución del sector económico financiero ha obligado a la generación de profundos debates y disertaciones sobre las herramientas idóneas que contribuyan a incrementar la competitividad, el posicionamiento en el mercado, a diseñar estrategias para enfrentarse con éxito a los desafíos del futuro, a la innovación de los procesos para mejorar la calidad del servicio, bajar los costos de transformación, operación y producción incrementar la competitividad, solidez y prestigio en el mercado financiero, y desarrollar un sistema de más riguroso de administración.

En el contexto de globalización económica, apoyada en la modernización y vertiginoso ascenso de las comunicaciones toda empresa que se maneje con criterios de eficiencia empresarial, requieren de herramientas que le faciliten la toma de mejores decisiones y mantener una eficiente gestión empresarial. Las ciencias administrativas se han constituido en un instrumento de aplicación creciente en el manejo de cualquier empresa independientemente del tamaño, su utilización se ha convertido en un aliado indispensable para los gerentes y empresarios lo que ha contribuido que su aplicación se haya perfeccionado constantemente.

Es este escenario que, el Centro de Investigación y Desarrollo del Ecuador ha publicado el libro Debates y Escenarios en Ciencias Administrativas con el propósito de exponer las construcciones teóricas dentro del pensamiento gerencial y administrativo en el Ecuador. Este libro reúne trabajos de investigadores de diferentes universidades ecuatoriana y latinoamericanas.

Este libro consiste en una selección de trabajos donde participan profesores e investigadores que han generado conocimiento en esta área, tanto en reuniones periódicas de discusión de trabajos propios y de invitados.

En el libro Debates y Escenarios en Ciencias Administrativas confluyen diferentes investigaciones en este ámbito que contribuyan a reflexionar de manera consciente sobre la variedad y diversidad en los debates y escenarios en administración, con lo cual favorece a la constante renovación y reinención de las posturas epistemológicas y paradigmáticas en administración.

Afortunadamente, ha llegado al escenario académico un nuevo libro sobre las ciencias administrativas, el cual representa un valioso aporte, esperamos que los contenidos presentados en este libro sirvan de guía para estudiantes, egresados y profesionales del área de las ciencias administrativas. En virtud de ello, el libro ha sido concebido tanto para estudiantes como para profesores por ende, es un público heterogéneo en razón de ello, está diseñado en un lenguaje sencillo pero con el dominio del tema sin perder los criterios de excelencia de un trabajo científico técnico, el mismo se enriquece con una amplia bibliografía actualizada que ayudara al lector a ampliar la información sobre temas de su interés específico.

# CAPÍTULO I

## COMERCIO EXTERIOR



# La transformación de la matriz productiva como impulso al sector exportador ecuatoriano

Econ. Silvia Elizabeth Tagle León, MSc

Universidad de Guayaquil

silvia.taglel@ug.edu.ec

Ing. Flor Selenita Parrales Velasco

Universidad de Guayaquil

flor.parralesv@ug.edu.ec

## Resumen

Transitar por un modelo económico que promueva un cambio de la matriz productiva como vía para desarrollar algunas dimensiones de la economía solidaria como son las micro, pequeñas y medianas empresas y los emprendimientos asociativos que permitan incrementar las exportaciones de los productos ecuatorianos más representativos, ha sido una de las estrategias planteadas por el gobierno nacional en su accionar por lograr el anhelado crecimiento económico. La investigación se enfoca en evaluar los efectos de la nueva matriz productiva en la competitividad de Ecuador en el marco de una economía que sea capaz de colocar sus productos en el exterior. La misma ha sido desarrollada mediante una metodología cuantitativa de tipo descriptiva en el abordaje de los datos estadísticos del período 2008-2016. El estudio concluye que a pesar de que el gobierno ecuatoriano se ha enfocado en brindar las condiciones propicias para lograr una mayor productividad, las características de un mercado deprimido y con poca integración comercial, insuficiente inversión privada nacional y extranjera son factores que han tenido una marcada incidencia en que la exportación de los bienes industrializados haya mostrado una pobre tendencia en su aumento.

**Palabras claves:** competitividad, política proteccionista, sustitución de importaciones, balanza comercial.

## Abstract

Transit through an economic model that promotes a change of the productive matrix as a way to develop some dimensions of solidarity economy such as micro, small and medium exporting companies and associative ventures to increase exports of Ecuadorian products more Representative, has been one of the strategies proposed by the national government in its actions to achieve the desired economic growth. The research focuses on evaluating the effects of the new productive matrix on the competitiveness of Ecuador within the framework of an economy that is able to place its products abroad. It has been developed through a quantitative methodology of the descriptive type in the approach of the statistical data of the period 2008-2016. The study concludes that although the Ecuadorian government has set out to provide conditions conducive to higher productivity, the characteristics of its internal market is too small and with very little trade integration, the absence of new domestic and foreign private investment and The lack of trade openness are factors that have had a marked incidence in which the export of the industrialized goods has shown a tendency to the decrease.

**Keywords:** competitiveness, protectionist policy, import substitution, trade balance.

## Introducción

La economía ecuatoriana se ha caracterizado permanentemente por su modelo primario extractivista exportador. Esto se traduce en una alta dependencia en la venta de productos petroleros, agrícolas y pesqueros, con una participación minoritaria de la manufactura en la composición de las exportaciones. Si bien han existido ciclos de expansión económica, estos han estado acompañados del deterioro persistente de la balanza comercial

no petrolera. No se ha hecho hincapié en la necesidad de elevar la competitividad, ni en lo beneficioso de aprovechar las corrientes comerciales. En contraste, actualmente se ha adoptado un enfoque hacia el mercado interno, promoviendo así el desarrollo y fortalecimiento de las producciones nacionales.

El año 2007 dio origen a un proyecto político de cambio que surge como una nueva concepción económica basado en la aplicación de un modelo neo keynesiano, la perspectiva estructuralista del desarrollo, la estrategia de integración propuesta por la CEPAL, y, finalmente la cristalización de la nueva economía popular y solidaria aprobada en la Constitución de la República que marcó un nuevo hito en la economía de Ecuador.

El desarrollo endógeno es la estrategia del modelo, donde es el gobierno el que impulsa y fortalece la producción y el consumo del mercado doméstico, se profundiza la redistribución a través de un modelo de sustitución de importaciones, el impulso al sector turístico y la inversión pública. Lo que se pretende es cambiar el modelo actual de acumulación, apoyando principalmente al productor ecuatoriano, revirtiendo la tendencia de incremento de las importaciones

En ese marco, se ha generado una política industrial cuya expresión es el cambio de la matriz productiva que consiste en transformar a Ecuador, dejando de ser un país productor de bienes primarios y convertirlo en un país productor de bienes con valor agregado, aumentando y mejorando las oportunidades de crecimiento económico, comercializando sus productos a nivel mundial, según lo señala el Plan Nacional del Buen Vivir.

### **Importancia del problema**

En Ecuador las Pymes están presentes en las principales actividades económicas como el comercio, servicios y manufactura, siendo el mayor ingreso de muchas familias y representando el ¼ de las empresas existentes. La ley de Economía popular y solidaria creada en el 2011 favoreció el crecimiento de las mismas y por lo tanto contribuyó con la disminución del desempleo en el país de 49% en el 2009 al 37.1% del 2010 según los informes de la CEPAL. Asimismo, las instituciones financieras han analizado las formas de apoyar a los microempresarios por medio de programas que incentivan la creación de nuevos negocios.

De acuerdo con un estudio de Global Entrepreneurship Monitor– Ecuador 2012 (GEM), elaborado por la Escuela Politécnica del Litoral, en los últimos años se ha mantenido un crecimiento sostenido del emprendimiento determinado por la influencia de varios factores, entre ellos: la estabilidad económica, la dolarización, la liquidez del mercado y el mayor consumo de bienes y servicios.

El informe resalta además que el sector enfrenta desafíos para mejorar su productividad y competitividad. Destaca que 1 de cada 4 adultos inició los trámites para establecer un negocio o poseía uno con una antigüedad que no superaba los 42 meses. Refiere que la mayor parte de los nuevos emprendimientos tiene una vida corta porque surgen “por necesidad” (falta de trabajo, dinero para inversión) y no “por oportunidad” (con planificación y asesoramiento). Generalmente se mezcla el presupuesto familiar con el del negocio. Los conocimientos de administración del negocio son deficientes o escasos, lo que provoca que sea poco o nulo el registro formal de los negocios y por consiguiente se manifieste una ausencia de eficiencia interna. No existe mucho uso de la tecnología dado por el limitado capital e inversión que también influye en que no exista sistematización o tecnificación. Por lo general tienen niveles de ingreso, de productividad y de nivel tecnológico bajo. Todo lo anterior incide en que sea propenso al cambio inesperado.

Por otro lado, indica que el apoyo financiero fue el factor que generó mayores limitaciones en los negocios, pese

a los programas tanto de la banca pública como privada. Entre los problemas, el estudio menciona la dificultad de nacientes y pequeñas empresas de acceder a créditos por el exceso de requisitos y garantías.

Las recientes políticas del gobierno tratan de impulsar el desarrollo integral de las Pymes al favorecer las exportaciones, con el cambio de la matriz productiva y ser un apoyo en el financiamiento. Sin embargo, hay algunos desafíos propios de la naturaleza emprendedora de las Pymes que se necesitan atender para que los objetivos de estas empresas, de las personas y del gobierno, se puedan cumplir. Cabría preguntarse entonces, ¿Están las Pymes preparadas para mantener una presencia mayoritaria en el mercado externo?

Para dar respuesta a esta interrogante es necesario analizar la transformación de la matriz productiva y la competitividad de las Pymes en el impulso al sector exportador y la sustitución de importaciones, bajo cuya sujeción, se pretende obtener una mayor igualdad.

Para lograrlo se esbozan los siguientes objetivos específicos:

- Enunciar los aspectos generales sobre la competitividad y su fundamentación teórica.
- Analizar la transformación de la matriz productiva desde la perspectiva del Plan nacional del Buen Vivir y del modelo económico popular y solidario.
- Enunciar alternativas de desarrollo económico desde la perspectiva del actual modelo y de una libre empresa competitiva.

La investigación pretende demostrar la siguiente hipótesis: sin la alianza de los sectores públicos y privados, no se podrá lograr la transformación de la matriz productiva.

El comercio no es un simple intercambio y que en la actualidad la conquista de los mercados internacionales requiere la instrumentalización voluntaria y consecuente de una gestión de las cadenas de valor nacionales o empresariales que conduzca al surgimiento de determinadas ventajas competitivas que los competidores no posean y sobre las cuales debe cimentarse la especialización productiva. A nivel internacional el posicionamiento de los diferentes grupos competidores está subordinado al esfuerzo, capacidad y habilidad que le permitan generar ventajas competitivas.

La Ventaja Competitiva se basa en la productividad de cada nación y en el aprovechamiento de los factores de la empresa. En otras palabras, según cita de Antoni Subirá, la productividad es la relación entre la producción obtenida y los recursos utilizados para obtenerla.

El concepto de competitividad no es nuevo, ya que se desde hace siglos se han promulgado diversas teorías. Sin embargo no es hasta la publicación de la obra de Michael Porter. “La Ventaja Competitiva de las Naciones”, donde se logran determinar las bases de la competitividad, reconociendo que los países están sujetos a diferentes situaciones como: crisis, desastres naturales, auges económicos, etc. que conllevan a la búsqueda de estrategias dinámicas para inferir la ventaja competitiva de las naciones.

Porter afirma que la competitividad de una nación depende de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar, y que para determinadas empresas esta mejora productiva será la cualidad primordial que propiciará su impacto en la diferenciación de sus productos. Su teoría intentaba demostrar que la competitividad de una nación dependía de la abundancia, la calidad de los factores de producción, las industrias de soporte, las condiciones de la demanda, la estrategia, la estructura y la rivalidad de las empresas del sector.

Del Diamante de la Ventaja Nacional, surgen los determinantes de la ventaja nacional competitiva en cuyo proceso de evolución se obtiene uno de los estudios más reconocidos en el ámbito mundial, que miden la competitividad y que es el índice de competitividad global, que lo realiza el World Economic Forum (WEF por sus siglas en inglés).

En el Plan Nacional del Buen Vivir 2007-2009 se define al Buen Vivir como la búsqueda de un nuevo desarrollo que debe ser promovido de manera sustentable a través de la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza. En dicho plan se establecen las políticas, programas, proyectos públicos, la programación presupuestaria, la inversión y asignación de recursos públicos, es de cumplimiento obligatorio del sector público e indicativo para el sector privado y la ciudadanía.

En el objetivo Nr. 10 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 el estado establece que se debe “Impulsar la transformación de la matriz productiva”. Se propone como elemento esencial cerrar brechas en la sociedad ecuatoriana., cuantificando de manera simultánea los costos necesarios para el cierre de dichas brechas con la asignación y prestación de servicios de salud, seguridad ciudadana, rehabilitación social, inclusión económica y social.

En septiembre del año 2012 la Secretaría Nacional de Planificación SENPLADES reveló que el 71% del aparato productivo del país se sostenía en la producción de bienes primarios, 21% en bienes industrializados y 8% en servicios, debido a la existencia de un estado paternalista donde la política de gastos ha sido más subsidios, bonos de desarrollo, vivienda, urea, créditos, más inversión pública, mientras que la inversión privada y la extranjera ha permanecido relegada.

La transformación de la matriz productiva implica el paso de un patrón de especialización primario exportador y extractivista a uno que privilegie la producción diversificada, ecoeficiente y con mayor valor agregado, así como los servicios basados en la economía del conocimiento y la biodiversidad.

Los ejes para la transformación de la matriz son:

1. Diversificación productiva, es lo que busca el actual modelo, lógicamente basado en el desarrollo de industrias como refinería, petroquímica, metalurgia, astillero y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas-maricultura, biocombustibles, productos forestales de madera que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país.
2. Para alcanzar un mayor desarrollo, es ineludible, la incorporación de tecnología y conocimiento, es decir incorporar a los productos valor agregado, con los cuales se puede contar con biotecnología (bioquímica y biomedicina), servicios ambientales y energías renovables. Para el efecto, El Gobierno impulsa la sustitución de la actual Ley de la Propiedad Intelectual. Se busca reemplazar “al Estado-mercado neoliberal al servicio de los dueños de la propiedad” por una sociedad del conocimiento común y abierto. La transformación va más allá de una modernización. Se busca reemplazar “al Estado-mercado neoliberal al servicio de los dueños de la propiedad” por una sociedad del conocimiento común y abierto que esté “al servicio de la acumulación de valor y a la distribución equitativa de valor que toma lugar en el sector cooperativo-procomún (bien comunal)”.
3. Sustitución selectiva de importaciones, de tal manera que seamos capaces de sustituir en el corto plazo: los productos farmacéuticos, tecnología (software, hardware y servicios informáticos) y metalmecánica.

4. Fomento a las exportaciones de productos nuevos, que incluyan mayor valor agregado –alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo- que provengan de nuevos actores, especialmente de la economía popular y solidaria. Lo importante es diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos.

A partir del 2012, el régimen comienza a darle mayor importancia a un nuevo modelo desarrollo de una transformación de la matriz productiva, que se ha visto reflejado en las siguientes políticas: infraestructura, financiamiento, articulación de las empresa, conectividad, educación, innovación tecnológica, matriz energética.

En Ecuador el gobierno nacional a partir del año 2012 expidió una serie de medidas para frenar la expansión de la demanda doméstica con una rígida política de restricción de importaciones, restricción cuantitativa en la importación de autos, licores, electrodomésticos, celulares, equipos electrónicos, entre otros que fueron afectados por las resoluciones del COMEX.

El Gobierno consideró que a efectos de fortalecer el proceso de cambio de la matriz productiva debía llevar adelante un proceso agresivo de sustitución de importaciones, basado en la aplicación con nuevo ímpetu en el proteccionismo. A inicios de enero del 2014, se comenzaron a aplicar las Normas Técnicas emitidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, entidad adscrita al Ministerio de la Producción. El INEN es la clave en la estrategia de transformación productiva a través de la adopción de normas y reglamentos técnicos de aplicación obligatoria. A partir del último trimestre del 2013, se produjo una proliferación de reglamentos técnicos que, en la mayoría de los casos, han sido muy complicados de cumplir para los importadores quienes tienen que presentar certificados de conformidad (con el reglamento) emitidos por una institución reconocida por el Organismo de Acreditación Ecuatoriana (OAE).

La meta del gobierno fue reglamentar en el plazo de un año el 80% de los productos que ingresan al país y hasta el presente año 2017 sustituir alrededor de US\$6.000 m de importaciones. De acuerdo a las declaraciones oficiales de febrero del año 2014, con las normas a implementar, el gobierno aspiraba, por sectores, alcanzar una sustitución de importaciones en el periodo 2014 - 2017 de US\$ 1.092 m en metalmecánica; US\$ 469 m en plástico y caucho; US\$ 387 m en tecnología; US\$ 367 m en farmacéutico; US\$ 232 m en alimentos y bebidas procesadas; US\$ 204 m en forestal, pulpa y papel; US\$ 171 m en confecciones, cuero y calzado; US\$ 146 m en petroquímica; US\$ 53 m en Clinker y cerámica entre otros. Pero la interrogante salta a la vista ¿Cómo lograr este objetivo? Con este tipo de medidas se desprotege al consumidor, mientras se privilegia a empresarios ineficientes.

Para el 2014, el gobierno ecuatoriano firmó convenios con 905 empresas para aumentar la producción nacional.. Adicionalmente se promulgaba que era necesario aspirar a una transformación de una "economía de recursos finitos a una de recursos infinitos"; es decir, una economía no basada en bienes materiales sino que dependa del conocimiento y del talento humano.

Basado en esta aspiración el gobierno invirtió en el mejoramiento de la educación primaria, secundaria y superior. Justamente, para esta última, el gobierno destinó alrededor del 2% del producto interno bruto (PIB), lo que le ubicó a Ecuador por encima de todas las naciones de la región y sobre países como Alemania (0,7%), Canadá (0,9%), Estados Unidos (0,9%), Bélgica y Francia (1%), Noruega (1,2%), Australia y Holanda (1,3%), Finlandia, Suiza y Reino Unido (1,4%) y Suiza (1,6%).

Lo que significaba el cambio de la matriz productiva en cifras:



- 5.200 millones de dólares al año como aporte adicional al PIB en industrias básicas como petroquímica, siderúrgica, aluminio, astilleros, refinación de cobre, entre otras.
- 6.100 millones de dólares más al PIB en agroindustrias: cacao, biocombustibles, ganadería, maricultura, forestal.
- 800 millones de dólares a través de la reducción de importaciones no petroleras (conservas, cosméticos, ensamblaje, ropa y calzado) a través del fortalecimiento de la industria nacional.
- 9.000 empleos directos en la operación de industrias básicas.
- 485.000 empleos directos en agroindustrias.
- 2.300 millones de dólares anuales como aporte positivo a la balanza comercial (industrias básicas).
- 5.000 millones de dólares como aporte positivo a la balanza comercial (agroindustrias).
- Reducción de 11 millones de toneladas de CO2 (equivalentes al 70% de emisiones del parque automotor): 9 millones a través de los ocho proyectos hidroeléctricos y dos más por uso de cocinas de inducción o eléctricas.
- 35.000 kilómetros de fibra óptica en 2014 (3.500 kilómetros estimados en 2006), que tendrá tecnología que implicará ser una de las más rápidas de la región (aumento de la conectividad a internet).

### Metodología

Las características tanto cualitativas como cuantitativas de la investigación están presentes durante el estudio de tipo descriptivo que se realiza, las que se enfatizan durante el análisis de las teorías fundamentales que sustentan la investigación, así como en el levantamiento de la información necesaria para el desarrollo de la misma.

La investigación utiliza métodos empíricos y teóricos. Dentro de los métodos teóricos se describen el inductivo - deductivo y el analítico-sintético. Mediante el primer método se logró observar y registrar comportamiento general de las Pymes ecuatorianas. El segundo permitió concluir acerca del peso en las exportaciones de las Pymes para arribar a conclusiones generales sobre su competitividad y participación en el cambio de matriz productiva.

Como métodos empíricos se utilizan la revisión bibliográfica y el análisis estadístico para constatar la realidad existente en cada una de las Pymes que constituyen el objeto de estudio de esta investigación.

### Resultados

La competitividad es una preocupación central tanto en los países más avanzados como de aquellos en vías de desarrollo, de forma creciente en un mundo cada vez más abierto y globalizado. Si se analiza con objetividad los datos de los países que más se han desarrollado a nivel mundial, se puede observar que en todos los casos ha existido una estrategia de apertura comercial.

**Tabla 1.** Ranking de competitividad de Ecuador, período 2007-2016

Año	Ranking de Competitividad	Índice de Competitividad
2007	94°	3,62
2008	103°	3,57
2009	104°	3,58
2010	105°	3,56
2011	105°	3,65
2012	101°	3,82
Año	Ranking de Competitividad	Índice de Competitividad
2013	86°	3,94

2014	71°	4,18
2016	76°	4,07

Fuente: World Economic Forum

Figura 1: Ranking de competitividad de Ecuador, período 2007-2016



Fuente: World Economic Forum

La orientación a la exportación hace que los países se especialicen en productos más dinámicos, (por dinamismo se entiende aquellos productos cuya demanda crece por encima del promedio), permite elevar el nivel de productividad y finalmente generar mayor bienestar a la población. En el contexto actual, la economía ecuatoriana muestra avances importantes gracias a la inversión pública, desarrollando la necesaria infraestructura que sirve de base al desarrollo futuro del país

En Ecuador el Estado marca el ritmo del crecimiento económico, los tres sectores que más se expandieron están relacionados con la inversión pública: la construcción, la fabricación de productos para la refinación del petróleo, así como el suministro de electricidad y agua, aportes ampliamente reconocido por el Banco Central.

En este escenario es importante, tener un esquema ilustrativo, que permita conocer el nivel de competitividad de Ecuador de acuerdo a la clasificación del WEF. Ecuador ha escalado algunos puestos dentro del ranking de competitividad mundial como se puede observar en el cuadro N° 1, lo cual no significa que el país se encuentre al mismo nivel de los países desarrollados, ni de otros como Chile que a pesar de ser el país mejor ubicado en Latinoamérica tan sólo alcanza el puesto 35.

El Foro Económico Mundial aplica una metodología que toma en cuenta 12 pilares, que a su vez son agrupados en tres aspectos: requerimientos básicos, eficiencia, e innovación. El puntaje de Ecuador ha caído en estos tres subíndices. Los doce pilares son: instituciones; infraestructura; estabilidad macroeconómica; salud y educación primaria; educación superior y entrenamiento; eficiencia en mercado de bienes; eficiencia en el mercado laboral; desarrollo del mercado financiero; preparación tecnológica; tamaño del mercado; sofisticación en los negocios; e innovación. En Ecuador se ha mantenido el valor en cuatro de esos subíndices (educación superior y

entrenamiento; eficiencia del mercado de bienes; preparación tecnológica; y sofisticación en los negocios), pero ha caído en los ocho restantes. Según el reporte, los pilares en los que Ecuador tiene peor caída en puntaje son: estabilidad macroeconómica; eficiencia en el mercado laboral; e innovación. Los pilares con peor posición en el ranking de 138 economías son: eficiencia en mercado de bienes (puesto 124) y eficiencia en el mercado laboral (puesto 123).

Para lograr que Ecuador, sea un país más competitivo, el gobierno nacional ha emprendido una serie de acciones a lo largo de la última década, no obstante, aún se pueden realizar otras que se describen a continuación.

Obras de Infraestructura: Construcción de carreteras, puentes, escuelas, colegios etc. Todo un sinnúmero de obras que contribuyen a tener un país más competitivo.

Matriz energética: Construcción de 8 proyectos hidroeléctricos, que le permitirá a nuestro país contar con energía limpia y más barata, esencial para el desarrollo del aparato productivo.

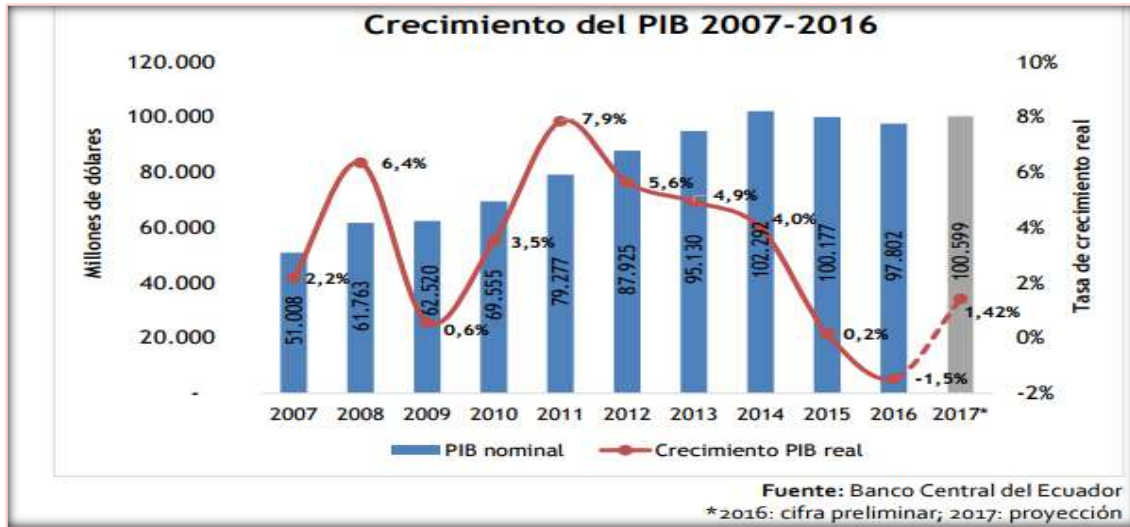
Conectividad: En el 2016 el 36,0% de los hogares a nivel nacional tiene acceso a internet, 13,5 puntos más que hace cinco años. En el área urbana el crecimiento es de 13,2 puntos, mientras que en la rural de 11,6 puntos. El 36,0% de los hogares tiene acceso a Internet, de ellos el 24,5% accede a través de algún medio inalámbrico, 4,0 puntos más que en 2012. 9,9% en el área urbana en 2008 a 31,4% en 2012.

Educación: La educación es el eje fundamental para el desarrollo de los pueblos, y por ser los gestores del nuevo tejido social, el gobierno nacional en estos 6 últimos años ha realizado una gran inversión y mejorado en cuanto a estructura, número de profesores y calidad de la misma.

La crisis del petróleo de los últimos años ha probado la necesidad que tiene Ecuador en diversificar su matriz productiva e impulsar a los sectores productivos mencionados en el Plan Nacional del Buen Vivir. La economía popular y solidaria es un proceso que opera mediante la integración de organizaciones que establecen relaciones en cuanto a cooperación y solidaridad, primando el interés colectivo o el beneficio de todos los integrantes de un grupo, se divide en dos segmentos, el primero es el no financiero compuesto por organizaciones y asociaciones comunales, y el segundo segmento es el financiero en el que están los bancos comunales, las cooperativas de ahorro y crédito y las cajas de ahorro. Por lo tanto, la EPS, no solo implica trabajar por las cooperativas, sino también propiciar la asociación y la cooperación, igualmente se destaca el sector de las microempresas como un actor importante y en las formas más pequeñas conocidas como unidades económicas populares UEP, se encuentran los emprendimientos personales, comerciantes minoristas, talleres artesanales, etc.

Con el ánimo de fortalecer el modelo en Ecuador, existe un gran cuerpo legal que va desde la Constitución (art. 283), pasando por el Código de la Producción COPCI (art. 4), y otras leyes orgánicas como el Sistema nacional de Contratación Pública (art. 52), que buscan adecuar la economía popular y solidaria a los diferentes estamentos de la sociedad y de sus relaciones económicas.

Figura 2. Crecimiento del PIB 2007-2016



Fuente: Banco Central del Ecuador

En los últimos 10 años el programa de industrialización del país avanzó a paso lento y ha recibido diferentes nombres dentro del programa gubernamental, como: agenda de competitividad, cambio de la matriz productiva y política industrial. Para agosto del 2016 el objetivo propuesto por el Gobierno fue que la producción de las industrias alcance el 25% del Producto Interno Bruto (PIB) del país en nueve años, es decir, en el 2025. De acuerdo a un documento sobre las estrategias de cambio de matriz productiva, elaborado por la Vicepresidencia de la República en el año 2007, la meta era que para el 2017 este PIB industrial alcance el 14,5%. En aquel entonces, ese indicador estaba en el 13,7% y para el año pasado 2016 se calculaba en 12,5%. El máximo logro ha sido el cambio de la matriz energética.

Las perspectivas de crecimiento económico para Ecuador para el 2017 se mantienen en negativo según el último informe actualizado por el FMI. En tanto que el Banco Mundial –a enero de 2017- pronosticó un año negativo para Ecuador al colocar la cifra en -2,9%. Igualmente, la CEPAL proyecta un leve crecimiento de 0,6% para el 2017, mientras que el Banco Central del Ecuador (BCE) estima un crecimiento de 1,42%; cifra distante de las demás proyecciones.

Según el criterio del ministro de Industrias a enero 2017 (Santiago León), el cambio de matriz productiva busca diversificar, generar valor agregado, aumentar las exportaciones y mejorar la productividad del país. La idea principal es lograr la potencialización de la actual industria para desarrollar la dinámica manufacturera del país, fortalecer cadenas locales para que se enfoquen en el mercado externo y obviamente proseguir con el plan de sustitución de importaciones.

Algunos sectores empresariales han señalado insistentemente que los planes de industrialización deben originarse en el sector privado, que comprende y conoce directamente la problemática y los productos que se deben industrializar o transformar o aquellos que son necesarios importar. De igual manera, han propuesto que es necesario realizar inversiones en nuevas industrias y en ampliar, innovar y modernizar las actuales.

## **Discusión**

Un mayor desarrollo del país se relaciona con la profundización de la inclusión en los mercados globales, un ejemplo la inserción reciente de Ecuador en la Unión Europea. Para disfrutar los beneficios de esa mayor inserción internacional se requiere una transformación productiva, definida como un aumento de la diversificación de la oferta exportadora con ganancias de productividad. Para la consolidar la matriz productiva, además de las buenas carreteras y los nuevos aeropuertos, se debe abarcar una dimensión más compleja que incluya las industrias estratégicas tales como: refinería y siderúrgica como base fundamental de la producción.

Es fundamental contar con una plataforma industrial intersectorial con la finalidad de conocer en qué sectores se necesita restringir importaciones, las medidas de salvaguardias y las normas técnicas aplicadas a los diferentes ítems que existen en la actualidad para que la política aplicada resulte la más idónea para el sector exportador ecuatoriano.

Es necesario profundizar en mecanismos institucionales que aseguren una inversión pública eficiente de las rentas generadas de la extracción de recursos naturales hacia inversiones específicas en desarrollo de capacidades (educación y salud), infraestructura, e innovación y desarrollo tecnológico. Más allá de la gobernanza de las rentas de los recursos naturales, persiste la necesidad de formular una política de estado y una visión estratégica de diversificación productiva y cambio estructural de largo plazo, que logre un progresivo desacople de las economías de una excesiva dependencia en los sectores. Es necesaria la inversión pública en alianza con el empresario privado, e implementar una política industrial para producir domésticamente teniendo la capacidad de colocar los productos en el exterior.

Es necesario que la política industrial y macroeconómica se combine y desarrollen para generar una estructura productiva dinámica, en el que se asignen recursos a actividades intensivas en conocimiento e innovación de tecnología.

## **Conclusiones**

Ecuador posee una economía dual, por un lado las grandes empresas con altos niveles de productividad y por otro las pequeñas y medianas empresas. El país está compuesto en mayor parte por MIPYMES que representan el 99,2%. Ésta heterogeneidad ha dado lugar a una mayor desigualdad por el número de empleos que se generan y el nivel de salarios que se obtiene en cada sector.

El gobierno ha implementado el MSI, con la finalidad de estimular y favorecer al productor nacional, adicionalmente, si un país protege un sector puede estar desprotegiendo a uno o varios sectores exportadores.

El gobierno establece un modelo en cuya esencia lo primordial es la redistribución social, logrando un mayor crecimiento económico, el incremento del gasto social, y la inserción de la sociedad a un sistema de mayor igualdad social.

Las exportaciones no petroleras de Ecuador crecen impulsadas por la inversión pública, por el cambio de la matriz energética y por las medidas financieras tomadas en relación a los pequeños productores agrícolas y la política en relación con las MIPYMES.

Al no existir un sector productivo competitivo, capaz de satisfacer la demanda interna, no hay producción, y al no haber producción no hay empleo, consiguientemente no hay ingresos en la sociedad lo cual se genera mayor

desigualdad. Ahora que los recursos escasean, por el bajo precio del petróleo y los recurrentes déficits fiscales con la alta deuda contraída, ha sido y será muy difícil para el gobierno generar un cambio de la matriz productiva.

El Modelo de sustitución de importaciones, cuya expresión es la política de restricción de importaciones, mediante salvaguardias, cuotas, licencias, normas, etc., ha tenido dos objetivos: proteger a ciertos sectores de la industria nacional y evitar la salida de divisas.

La inversión pública realizada por el gobierno, crea un entorno de generación de riqueza, sólo en la medida que el sector privado la pueda utilizar, por lo analizado anteriormente, se puede deducir en Ecuador actualmente no existe un clima favorable para la inversión privada nacional y extranjera. En el caso de la inversión extranjera, es menor en comparación a las que reciben países como Perú, Colombia y Chile.

En Ecuador se ha utilizado la política fiscal como instrumento para mitigar los niveles de desigualdad y pobreza, pero los mecanismos redistributivos a través del presupuesto no solucionan los problemas de desigualdad, y si bien es cierto que ha disminuido el nivel de pobreza por ingresos, esta reducción solo sirve en el corto plazo.

La crisis petrolera, el terrible terremoto que azotó las costas de Ecuador, la erupción del Cotopaxi y el crudo invierno en este 2017 han resultado las principales causas para que el gobierno busque medidas alternativas para cubrir el déficit en el presupuesto general del Estado.

En lo fundamental, el eje sobre el cual transita la economía ecuatoriana, y sobre la cual se inspiran las políticas públicas, la ideología, es un factor preponderante en el caso ecuatoriano. Producto del esquema ideológico-político, en Ecuador se presenta un futuro entorno macroeconómico favorable para la inversión, la producción y el empleo que eleva sus niveles de productividad, se impulsa y se trata de fortalecer a las MIPYMES, pero también es necesario fortalecer y proyectar a la gran empresa, entregando las herramientas y la tranquilidad necesarias para que produzca. Repotenciar las pocas industrias que han surgido. Implantar un programa para buscar nichos de mercado a productos diferenciados e identificar los productos que se ha comenzado a vender como exportaciones de prueba.

La diversificación económica se construye conjuntamente con trabajadores y empresarios, desde el incremento de la competitividad de la nación y de los territorios, en que confluyen la creatividad y la innovación, además de debe contemplar el componente ambiental con la finalidad de regular todo lo que tenga que ver con la contaminación.

Finalmente se recalca que la transformación de la matriz productiva en cualquier país se debe dar de forma coordinada, incluyente, para orientar la ayuda a los pequeños productores. En ese sector está el verdadero cambio, porque en el Ecuador los recursos naturales son limitados y no podemos apostar a un proyecto que va a tener un fin tarde o temprano.

### **Referencias bibliográficas**

- Acosta Alberto, Breve Historia Económica del Ecuador, Corporación editora nacional, tercera edición, 2012.  
Antoni Subira & Antoni Gurgui, Política para la Competitividad, editorial Antoni Bosh España, 2008, primera edición.  
Asamblea Constituyente, Constitución De La República del Ecuador 2008, Registro Oficial No 449, 20/10/2008.

Asamblea Nacional, Ley de Economía Popular y Solidaria, Registro Oficial No 444 de 10-may-2011

Asamblea Nacional, Código Orgánico de la Producción en Inversiones, Registro Oficial N° 351, Libro II, III y IV, Diciembre 29/2010.

Banco Central del Ecuador, Estadísticas del sector externo, Año 2008-2013.

Coraggio José Luis, Conocimiento y Políticas Públicas de Economía Social y Solidaria, editorial IAEN, 2010

Campbell McConnell, Economía, Irwin McGraw Hill Madrid 2002, décimo cuarta edición.

CEPAL, Revista No 102, Naciones Unidas 2010.

CEPAL, Balance Preliminar de las economías de América latina y el Caribe, Naciones Unidas 2012

CEPAL, Emprendimientos en América latina, Desde la subsistencia a la transformación productiva, Naciones Unidas 2013

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), Censo Económico realizado en septiembre de 2010.

Pindyk Robert y Rubinfeld Daniel, Microeconomía, séptima edición Ed. Pearson Prentice Hall, 2008

Porter Michael, Estrategia Competitiva, editorial Continental México 1996, vigésima primera edición.

Prebish, R. (1949). El Desarrollo Económico de la América Latina y algunos de sus principales problemas. Santiago de Chile: CEPAL.

Requeijo, J. (2006). Economía Mundial. Madrid-España: McGraw Hill.

Rossetti José, Introducción a la Economía 18° edición. Editorial: Oxford University Press. Enero-2012

Saltos, N. (2013). Ecuador su realidad (Vigésima ed.). Quito-Ecuador: Fundación Peralta-Artes Gráficas SILVA.

Porter Michael, Ventaja Competitiva, editorial Continental México 1995, décima primera edición.

SENPLADES, Plan Nacional del Buen Vivir, 2007-2009.

SENPLADES, Plan nacional del Buen Vivir, Transformación de la Matriz Productiva, 2009-2013.

SENPLADES, Plan nacional del Buen Vivir, Transformación de la Matriz Productiva, 2013-2017.

Spurrier Walter, Revista Análisis Semanal, 2011 – 2013

Stiglitz, J. (2000). La Economía del Sector Público. Madrid-España: Antoni Bosh.

Vásquez, L. (2013). Ecuador su realidad. Quito-Ecuador: Fundación J. Peralta- Artes gráficas SILVA.

# Corredor marítimo, terrestre y fluvial del Ecuador ¿Integración y conectividad física para el comercio exterior?

**Ing. Timmy García Carpio, MBA**

Universidad de Guayaquil

timmy.garciaca@ug.edu.ec

**Ing. Fabiola Vanessa Durán Ganchoza, MCE**

Universidad Técnica de Machala

fduran@utmachala.edu.ec

**Econ. Mayiya Lisbeth González Illescas, MCI**

Universidad Técnica de Machala

mlgonzalez@utmachala.edu.ec

## Resumen

La finalidad de identificar la integración y conectividad física que poseen actualmente los corredores transversales, por medio del levante de información documental, deductiva e inductiva en relación al comercio exterior, demostró las variables de vías, inter-regiones, ciudades, localidades, hidrovías y caminos, que contribuyen al movimiento de carga o mercancías. Se incluyeron aspectos teóricos fundamentales de integración y conectividad física en cálculo de tiempo y distancia, desde la costa ecuatoriana hasta la localidad amazónica de Nuevo Rocafuerte, consolidando una nueva generación de corredor dinámico y productivo en beneficio del Ecuador.

**Palabras Claves:** Integración física, conectividad física, corredores trasversales.

## Abstract

The purpose of identifying the physical integration and connectivity that transverse corridors currently possess, through the raising of documentary, deductive and inductive information in relation to foreign trade, demonstrated the variables of roads, interregions, cities, localities, waterways and roads, which contribute to the movement of cargo or merchandise. Basic theoretical aspects of integration and physical connectivity in calculating time and distance were included, from the Ecuadorian coast to the Amazonian locality of Nuevo Roca fuerte, consolidating a new generation of dynamic and productive corridor for the benefit of Ecuador.

**Keywords:** Physical integration, physical connectivity, transverse corridors

## Introducción

Un corredor marítimo, terrestre y fluvial representa uno de los componentes que conforman a la integración física dentro de una zona determinada y permite el intercambio de recursos económicos, tecnológicos, y sociales los cuales dan como resultado la unificación general del territorio regional. En la actualidad se evidencia un sin número de esfuerzos para concretar este fin sin embargo los desafíos son mucho mayores.

El termino integración física abarca toda interconexión de la infraestructura económica que tiene como componentes principales las rutas de transporte, distribución energética, y las redes de telecomunicación, de la misma manera se puede mencionar la distribución de los canales de agua y el saneamiento de los mismos, los cuales dan paso a la generación de transacciones dentro de un espacio geográfico más extenso que el nacional con una economía más avanzada e inclusiva generando transacciones que conforman grandes cadenas de valor a nivel regional.



Sin embargo, se puede citar como ejemplo de subdesarrollo aquellos territorios que conforman Latinoamérica, ya que se evidencia la falta de rutas que contengan el objetivo de integrar físicamente a todos los países que la conforma demostrando la complejidad del tema. Es así que dentro de este trabajo investigativo se trata la problemática que fija la necesidad de concebir un diseño que ejecute una infraestructura económica la cual debe ser creada bajo parámetros de seguimiento, evaluación y fiscalización en cuanto a las políticas de infraestructura bajo indicadores de desarrollo sobre una logística sostenible y libre movilidad de recursos.

Es así que la integración regional permite el alcance de mejoras en cuanto a la calidad de las infraestructuras existentes dadas bajo una menor inversión y a un bajo costo de operación ya que constituye el producto de las economías de red, siendo un canal para la liberación del recurso público destinado al mejoramiento de todos los sectores socioeconómicos de una nación. Asegurando el servicio de dotación de un suministro continuo y asegurando a las naciones participantes, con un enfoque previsor en cuanto a eventos externos ya sean como fenómenos naturales que den pie a la pérdida de conectividad, aspectos de los cuáles sería muy difícil de alcanzar por un solo país.

Centrándose a la realidad que envuelve al Ecuador durante las últimas décadas tanto los importadores, exportadores, comercializadoras, proveedores de servicios logísticos, gobiernos, inversionistas, entre otros, se iniciaron estudiando a profundidad la combinación intermodal como opción para mejorar su comercio en el contexto internacional y buscar alternativas, específicamente de transporte con tiempos de tránsito más cortos para lograr ser más competitivo a través de los corredores interoceánicos.

Razones expuestas anteriormente, más sobre la integración física motivó a iniciar la investigación de cómo el Ecuador al estar adherido a dos importantes Ejes de Integración y Desarrollo, como el Eje Andino y el Eje Amazonas particularmente el corredor marítimo, terrestre y fluvial, puede aplicar criterios y principios de integración y conectividad física utilizando combinaciones intermodales, atravesando enlaces geográficos y/o la inter-conexión integrada de puertos, pasos fronterizos y el tráfico multimodal internacional desde la costa del pacífico ecuatoriano, continuando por Puerto Providencia - Sucumbíos ubicado en la amazonia ecuatoriana vía fluvial para unir a Colombia-Perú y llegar a Manaus-Brasil. Esto forma parte una de fracción física para consolidar la conectividad en la región andina.

En correspondencia con lo expuesto, se plantea como objetivo al presente trabajo identificar la integración física de los corredores transversales marítimo, terrestre y fluvial del Ecuador en relación a la conectividad de la intermodalidad hacia los mercados extranjeros de Colombia, Perú y Brasil. A partir de lo anterior, se argumenta la relevancia del presente estudio.

### **Metodología empleada**

Recopilación y análisis documental para puntualizar a través de las diferentes fuentes bibliográficas el proceso y avances en materia de integración física. Método analítico sintético, inductivo-deductivo para la contribución significativa por parte del corredor marítimo, terrestre, fluvial del Ecuador en su proceso de consolidación. Lo que nos permite demostrar las rutas en donde las inter-regiones, ciudades, localidades asociadas, carreteras y caminos, puertos marítimos y fluviales afirman la integración y conectividad física desde el perfil costero ecuatoriano hacia la localidad amazónica de Nuevo Rocafuerte, para posteriormente continuar al exterior.

### **Integración física ¿qué es y cuáles son sus aspectos generales?**

Según la RAE define al término Integración como “Acción y efecto de integrar o integrarse”. (Real Academia Española, 2017). Es así que al hablar de Integración Física dentro de la presente investigación se conecta dicha descripción directamente con el desarrollo geográfico de una región, siendo esta la conexión de toda infraestructura económica que abarca temas en transporte marítimo terrestre y fluvial, además de los sistemas energéticos, telecomunicaciones y potabilización del agua, que permiten el desarrollo social y económico de manera sostenible a través de las transacciones realizadas dentro de una extensa zona geográfica obteniendo la integración de sistemas económicos y territoriales con el fin de maximizar los recursos que se producen. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2017).

Dentro de las últimas dos décadas del siglo XX llegó la democracia a todos los países de Latinoamérica y junto con ella se evolucionan los conceptos que describían a la fronteras como límites convirtiéndose en puntos de integración no sólo como un deseo sino como una necesidad, pasando de una frontera estricta a un punto de acercamiento sobre el cual se empezaron a cimentar estrategias de desarrollo siendo puntos estratégicos entre países vecinos que desarrollarían acciones en conjunto para el bienestar de su pueblo. (Acosta, 2017)

En la actualidad los gobiernos trabajan bajo metas altamente desafiantes siendo parte de un mundo globalizado en donde se aspira desarrollar o mejorar las capacidades competitivas de un país y es así que se requiere una transformación de los sistemas productivos que aporten a una cultura territorial integradora tanto a escala local como global, siendo una de las herramientas para conseguir el ansiado objetivo la formulación de políticas públicas que tenga un impacto científico y tecnológico sobre el desarrollo de los territorios. Es así que las economías nacionales hoy en día dejan aún lado aquellos nudos de dependencia y buscan una reestructuración profunda que enfoca a nuevos procesos productivos con mayor valor y que contengan una visión de una mayor integración atrayente de accesibilidad y conectividad. (Guariglia, 2014)

Es así que el surgimiento de la integración física se da mediante una estrategia de integración regional y se va haciendo realidad mediante la provisión de todos los Estados participantes en donde la infraestructura en cuanto a energía y comunicación más los servicios conexos necesarios para la operación óptima además de las acciones que se consideren complementarias deben estar diseñados para mantener el equilibrio necesario en cuanto a los déficits que se pueda dar de manera interna o externa al bloque creado llevándolo a cabo de manera efectiva.

Una de las principales vías de desarrollo es la infraestructura que sirve como utensilio para conformar una integración en cuanto a la conexión que se aspira lograr en aspectos territoriales, económicos y sociales, dotando de posibilidades de enlace entre la población y su entorno facilitando su accesibilidad con el exterior, aumentando los recursos necesarios para el incremento productivo y mejoramiento del nivel de vida de las personas, específicamente aquellas que se encuentran en zonas de difícil acceso.

### **La infraestructura y competitividad dentro de la integración física**

Uno de los mayores conectores para la integración física de una zona determinada es la infraestructura que esta ostenta para hacer frente a un proceso conectivo. En cuanto a la comercialización de bienes y servicios en diferentes lugares del mundo se han experimentado una serie de escenarios crecientes en base a la globalización, los procesos descentralizados y la segmentación que se da dentro de los técnicas productivas permiten llevar a cabo la organización de la economía a nivel mundial, habiendo un crecimiento cuantitativo y cualitativo de los intercambios de bienes y servicios que requieren una infraestructura adecuada para que estos procesos de

comercio sean efectivos. (Tomassian, 2015)

La producción y comercialización de productos requieren un sistema energético además de una infraestructura de transporte que permita trasladar las mercancías de una zona a otra, es así que la tecnología en cuanto a telecomunicación también se hace presente en cuanto a las decisiones que son tomadas por los operadores que manejan dichas actividades comerciales.

Desde de este punto de vista es evidente que existe un estrecho vínculo entre la competitividad de una región y su calidad en cuanto a la infraestructura que posee, ya que el desarrollo de este aspecto exige nuevas infraestructuras que contengan una complementariedad en cuanto a la integración de redes que se conectan internacionalmente siendo así un área estratégica para el desarrollo, cuyos objetivos debe direccionarse en convertir a la infraestructura en un pilar fundamental para el incremento del comercio a escala mundial.

Es así que mediante un incremento de las importaciones y exportaciones dentro de un territorio obliga a que se presione a la creación de servicios en cuanto a energía, carreteras, puertos y aeropuertos, ferrocarriles, telecomunicaciones, etc., para favorecer a la instauración de campos de comercio competitivo que nacen bajo la inversión en cuanto a la ampliación y actualización de la capacidad tecnológica.

La falta de una infraestructura apropiada desarrollada bajo los estándares pertinentes en cuanto a calidad tecnológica internacional y una ineficiente red de servicios limitan la obtención de un crecimiento económico sostenible teniendo como efecto un desequilibrio entre los recursos de una zona y las ventajas comparativas que estos poseen, restando cualquier oportunidad para el avance de las economías locales.

Por esta razón el desarrollo de la infraestructura dentro del territorio no sólo aparece como producto de una necesidad de integrar a la economía de un país a nivel internacional, sino más bien está surge cómo unas de las principales fuentes que tienen aquellos pueblos deprimidos dentro de un país en los cuáles su accesibilidad es baja o en algunos casos nula siendo zonas rezagadas en cuanto a cualquier proyecto que ayude al avance de su desarrollo.

Es por esa razón que la toma de decisiones en el aspecto político debe estar orientada al beneficio de los habitantes con una mayor inversión industrial en aquellas zonas de difícil acceso, además de promover la configuración de una red que contengan los puntos ya mencionados anteriormente que promueva la equidad entre las distintas regiones de un territorio.

- Una vez analizadas estas consideraciones se debe garantizar a través del desarrollo de una infraestructura integradora los siguientes puntos:
- La accesibilidad de toda producción local dirigida hacia los mercados nacionales e internacionales, para incentivar en mayor número las oportunidades de desempeño económico en las zonas de difícil acceso.
- El incentivo de la inversión privada que mediante la dotación de recursos crea mayores vías que promuevan las infraestructuras aprovechando las ventajas competitivas de una región elevando así las posibilidades de que una zona rezagada sea centro de localización de grandes industrias.
- Un desarrollo social sostenible, ya que al permitir que los habitantes accedan a los servicios necesarios pueden garantizar el aumento del nivel socioeconómico, creando ideales de solidaridad y complementariedad de los territorios adyacentes.

Convirtiéndose la inversión en cuanto a la infraestructura dentro de un territorio en grandes beneficios a alcanzar en corto, mediano y largo plazo, dando como producto la obtención de servicios de transportes, redes de

telecomunicación, abastecimiento de líquido vital y energía eléctrica, los cuales van de la mano hacia el incentivo de la generación de bienes y servicios que acelera todo proceso productivo. Una vez concretado todas estas metas descritas dentro de una región marginada en dónde ya cuente con los servicios anteriormente mencionados tendrá además una característica atrayente de nuevas inversiones que en sí se basan en reducir los costos realizados por las empresas a partir de un efectivo proceso de provisión de servicios. Cabe mencionar que el fortalecimiento del pueblo que habita en dicha zona es intangible ya que se estrechan los lazos de solidaridad entre naciones vecinas dando a la luz nuevas infraestructuras de integración.

La Integración física se acelera cuándo aumenta la competitividad dentro de todos los procesos que la conforman, es así que mediante un buen funcionamiento de los mismos se optimizan recursos disminuyendo los costos cómo por ejemplo en temas de transporte dentro de la región en donde se aprovecharía la utilización de los diferentes medios gozando las ventajas competitivas que se generan a través de intermodalismo en cuál consiste en la combinación de diferentes medios de transporte para aprovechar las características de cada uno de ellos, construyendo una red de distribución física de los bienes. Es así que los modos de transporte aéreo, terrestre, fluvial y marítimo deben ser coordinados con un único sistema que busque la eliminación de rupturas para la carga.

Siendo el transporte intermodal una vía insuficiente ya que trabaja bajo un método un modal que a su vez es segmentado y obstaculiza que la carga fluya de manera óptima entre el lugar de origen hacia su destino. Es justamente que entre mayor flujo de mercancías existan, nacen nuevos conceptos en cuanto a las modalidades de transporte requeridos por una carga internacional; siendo las terminales interiores de carga o los tipos de puerto secos, centro de transferencias y las instalaciones destinadas a la comunicación las nuevas características a considerar dentro del transporte intermodal.

En este caso el crecimiento de las transacciones comerciales requiere que las redes intermodales contengan pilares cimentados en base a diversas vías de transporte, además de redes que interconecten a varios puntos dentro del flujo de la carga dando así nuevas y modernas zonas con mayor facilidad de desarrollo hacia nuevas operaciones logísticas.

### **Integración territorial**

La integración territorial descende de la integración física, en dónde su principal característica es poseer una infraestructura que genere un impacto trascendental en todos los territorios en dónde se instaure, y que a su vez arroje resultados cómo el acrecentamiento en el desarrollo socioeconómico y la competitividad de las actividades comerciales que se realicen, brindando mejores condiciones de vida para la población local.

Dentro del objetivo que contiene la integración territorial se engloban tres grandes dimensiones que se conectan con el tema infraestructura, en dónde cómo primer punto se dice que la infraestructura física es una plataforma que sirve cómo área de inmediata influencia hacia el mercado doméstico, los cuáles tiene gran relevancia en el desarrollo de las ventajas competitivas en cuanto a las economías que impulsan la participación dentro del mercado global.

El segundo punto alcanza instancias sociales, de las cuales constituyen una de las herramientas con mayor importancia en cuanto al desarrollo de nuevas y mejores oportunidades dentro de aquellas poblaciones geográficamente apartadas y con un índice de pobreza elevado, en dónde se promueve la facilitación hacia la integración en cuanto a la organización productiva a nivel regional para así permitir el acceso con un mismo

nivel de igualdad hacia los mercados.

Cerrando con un último punto en dónde se promueve la sostenibilidad ambiental y se hace hincapié en el la explotación medida y racional de los recursos naturales y la preservación del patrimonio ecológico que el planeta posee. Las dimensiones que genera un impacto de desarrollo relacionado con la integración territorial despliegan dos ejes transversales que constituyen a una estrategia de integración de la cual cada uno posee un instrumento en particular de las cuáles se puede mencionar el eje bilateral y el regional.

### **Reto de integrar a América Latina**

Con el fin de integrar a los pueblos latinoamericanos nace IIRSA – Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana, con un total de 12 países comprometidos con la conectividad de sus pueblos en materia vial, energética y de telecomunicaciones, además de asumir nuevos retos en dónde se plantea una visión total del ordenamiento territorial que obliga a estudio de la realidad local que a su vez conecta con el estado global en cuánto a vías de conexión e infraestructuras de desarrollo. (Iniciativa para la integración de la Infraestructura Regional Suramericana, 2003)(UNASUR , 2015).

Teniendo su origen en el Primera Cumbre de Presidentes de América del Sur la cual se desarrolló del 30 de agosto al 1 de septiembre del 2000 en Brasil en dónde los jefes de estado detectaron la necesidad de integrar a los estados latinoamericanos en cuánto a identidad cultural e incentivo del desarrollo económico en dónde cuya ejecución se da por el transporte, la energía y las telecomunicaciones. (IIRSA, 2011)

IIRSA proyecta desafíos alrededor de la perspectiva de conexiones por eso que actualmente existen 10 ejes de Integración y Desarrollo siendo los siguientes:

- Eje Andino
- Eje Amazonas
- Eje Perú - Brasil – Bolivia
- Eje Interoceánico Central
- Eje de Capricornio
- Eje Andino Sur
- Eje de Hidrovía Paraguay – Panamá
- Eje Mercosur Chile
- Eje del Escudo Guayanés
- Eje del Sur (Carciofi & Gayá , 2016)

Cómo ejes de mayor afluencia tenemos el Eje Andino que conecta a Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia y Venezuela, estado que alguna vez perteneció a la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y hoy desvinculado(Meléndez, 2010). El Eje Amazonas constituido mediante una franja de conexión bioceánica y multimodal entre el litoral y el Pacífico del Perú, Ecuador y Colombia y el litoral del Pacífico Atlántico del brasileño. Eje Perú – Brasil – Bolivia, este representa una franja transversal que conecta puertos fluviales del oeste de Brasil con los Puertos marítimos de las Costas Peruanas; y el Eje Interoceánico Central que tiene carácter transversal y conecta la costa pacífica del Sur de Perú y el norte de Chile con la costa sur de Brasil, pasando por toda Bolivia, Paraguay, Panamá y Brasil. (Carciofi, Integración Física y Cooperación Multilateral. La Experiencia Reciente de América del Sur, 2014).

### **Corredores Interoceánicos**

Los Corredores interoceánicos se definen como espacios terrestres que cruzan Suramérica y conectan puertos Atlánticos con puertos Pacíficos, por dónde fluyen bienes identificados como carga mediante las vías de transporte ya establecidas sean estas ferrarías, fluviales, terrestres, marítimas o métodos intermodales que funcionan con respeto al medio ambiente e interactúan activamente con diversos operadores del comercio internacional (Antonio de Lisio, 2013). Es así que se identifica a los Corredores como fuente dinámica para la producción dentro de las áreas adyacentes lo que aporta la creación de fuentes de empleo abriendo camino hacia el comercio nacional e internacional; El uso de los corredores trae consigo la obtención de beneficios hacia importadores y exportadores ya que aumenta la oferta de servicios logísticos transporte reduciendo costos lo cual favorece significativamente a todos los que participan dentro de este proceso. (Ruibal, 2016)

### **Conectividad**

Puede describirse al término conectividad como la cualidad que nace y se desarrolla mediante la existencia de vínculos entre objetos, funciones, actividades, procesos, etc., que se interrelacionan entre sí, por lo cual haciendo real en concepto abstracto nace la representación física mediante la estructura que conforma una red de corredores que sirven para movilizar bienes y servicios entre distintos puntos, es así que las características de esta red deberán contener los aspectos estructurales óptimos en temas de movilidad para los grandes volúmenes y recursos. (Figuerola & Rozas, 2005)

### **Resultados**

A continuación, se presentan los siguientes resultados, que son producto de una orientación de conectividad e integración física sistémica tomando como base información trascendental a nivel local y nacional, para la gestión de la carga que debe utilizar el corredor transversal marítimo, terrestre y fluvial partiendo desde la costa ecuatoriana hasta Nuevo Rocafuerte. La integración física y el corredor transversal marítimo, terrestre y fluvial del Ecuador esta conjugada en una relación donde las inter-regiones, ciudades, localidades asociadas, carreteras y caminos, servicios de logísticos de carga, terminales o transferencia de carga: terrestres, aéreos y acuáticos, puertos marítimos y fluviales, aeropuertos, áreas de consolidación, conforman una red intermodal y conectividad física.

El corredor transversal del Ecuador tiene relación de los distintos modos, con la interoperabilidad la creación de una red de intermodalidad. Por ende, es esencial calcular el tiempo debido a los elementos geográficos con que cuenta el Ecuador, esto es: la Cordillera de los Andes, las Cuencas Hidrográficas, pasos en frontera terrestres y fluviales, mismos que tienen una relación con la logística y transporte.

A partir de la intermodalidad y conectividad física se identifica los corredores transversales del Ecuador partiendo desde el perfil costero hasta la localidad amazónica de Nuevo Rocafuerte, los cuales se plantean en las siguientes tablas:

**Tabla 1.** Intermodalidad y conectividad física de los corredores transversales del Ecuador.

Inter-región	Costa	Costa	Sierra	Sierra	Amazonía	Amazonía	Amazonía	Continuación de la
Modo:	Marítimo	Carretera	Carretera	Carretera	Fluvial	Fluvial	Fluvial	ruta multimodal
Tramo:	Inicio del corredor (Puerto-Ciudad)		Pasos intermedios	Localidad finaliza	Localidad inicia	Pasos intermedios	Localidad finaliza	
Detalles:	Puerto de Esmeraldas	Esmeraldas	Quiminde, Santo Domingo, Alog, Sangolquí, Baeza, Nueva Loja, Shushufindi, Puerto Iraya/Providencia	Puerto Iraya/Providencia	Puerto Iraya/Providencia	Panacocha, Yutun, Tiputini	Nuevo Rocafuerte	
	Puerto de Manta	Manta	Chone, El Carmen, Santo Domingo, Alog, Sangolquí, Baeza, Nueva Loja, Shushufindi, Puerto Iraya/Providencia	Puerto Iraya/Providencia	Puerto Iraya/Providencia	Panacocha, Yutun, Tiputini	Nuevo Rocafuerte	Países fronterizos: Colombia, Perú, Brasil.
	Puerto de Guayaquil	Guayaquil	Quevedo, Santo Domingo, Alog, Sangolquí, Baeza, Nueva Loja, Shushufindi, Puerto Iraya/Providencia	Puerto Iraya/Providencia	Puerto Iraya/Providencia	Panacocha, Yutun, Tiputini	Nuevo Rocafuerte	
	Puerto Bolívar	Puerto Bolívar	Guayaquil, Quevedo, Santo Domingo, Alog, Sangolquí, Baeza, Nueva Loja, Shushufindi, Puerto Iraya/Providencia	Puerto Iraya/Providencia	Puerto Iraya/Providencia	Panacocha, Yutun, Tiputini	Nuevo Rocafuerte	

Fuente: Preparado por Tanny García, Fabiola Durán, Mayra González - Junio 2017

A partir de la identificación de los corredores transversales del Ecuador se determina ruta con su ubicación, distancia, conectividad física y cálculo del tiempo para la gestión de la carga que se origina desde:

- a) Puerto de Esmeraldas hacia Nuevo Rocafuerte.

**Tabla 2.** Intermodalidad y conectividad física del corredor transversal del Ecuador desde Esmeraldas hacia Nuevo Rocafuerte.

CIUDADES/LOCALIDADES	PROVINCIA	INTER-REGION	LATITUD	LONGITUD	DISTANCIA (KM)	MODO DE TRANSPORTE	TIEMPO TRÁNSITO (horas)	TIEMPO TRÁNSITO (días)
Puerto Esmeraldas	Esmeraldas	Costa	0°58'5.44"N	79°36'6.19"O		Marítimo/Terrestre		
Quiminde	Esmeraldas	Costa	0°19'36.77"N	79°27'53.15"O	95	Terrestre	2,4	
Santo Domingo	Santo Domingo	Costa	0°15'7.88"S	79°11'16.58"O	89,2	Terrestre	2,2	
Alog	Pichincha	Sierra	1°26'28.37"S	77°50'17.50"O	126	Terrestre	3,2	
Sangolquí	Pichincha	Sierra	0°20'4" S	78°26'51"O	25,3	Terrestre	0,3	
Baeza	Napo	Amazonía	0°27'51.98"S	77°53'22.57"O	102	Terrestre	1,5	
Nueva Loja	Sucumbios	Amazonía	0°5'6.37"N	76°53'38.46"O	127	Terrestre	3,2	
Shushufindi	Sucumbios	Amazonía	0°11'10.11"S	76°39'36.34"O	53,3	Terrestre	1,3	
Puerto Iraya/Providencia	Sucumbios	Amazonía	0°28'25.75"S	76°28'13.98"O	31,2	Terrestre/Fluvial	0,8	
Nuevo Rocafuerte	Orellana	Amazonía	0°55'27.99"S	75°23'56.58"O	155	Fluvial		4
					TOTAL KMS	804		
					TOTAL HORAS	14,9		
					TOTAL DIAS	4		

Fuente: Preparado por Tanny García, Fabiola Durán, Mayra González - Junio 2017

- b) Puerto de Manta hacia Nuevo Rocafuerte.

**Tabla 3.** Intermodalidad y conectividad física del corredor transversal del Ecuador desde Manta hacia Nuevo Rocafuerte

CIUDADES/LOCALIDADES	PROVINCIA	INTER-REGION	LATITUD	LONGITUD	DISTANCIA (KM)	MODO DE TRANSPORTE	TIEMPO TRÁNSITO (horas)	TIEMPO TRÁNSITO (días)
Puerto Manta	Manabí	Costa	0°12'16.38"S	77°58'34.26"O		Marítimo/Terrestre		
Chone	Manabí	Costa	0°42'45.77"S	80°03'04.09"O	92	Terrestre	2,3	
El Carmen	Manabí	Costa	0°36'51.19"N	79°33'54.00"O	122	Terrestre	3,1	
Santo Domingo	Santo Domingo	Costa	0°15'7.88"S	79°11'16.58"O	34	Terrestre	0,9	
Alog	Pichincha	Sierra	1°26'28.37"S	77°50'17.50"O	126	Terrestre	3,2	
Sangolquí	Pichincha	Sierra	0°20'4" S	78°26'51"O	25,3	Terrestre	0,3	
Baeza	Napo	Amazonía	0°27'51.98"S	77°53'22.57"O	102	Terrestre	1,5	
Nueva Loja	Sucumbios	Amazonía	0°5'6.37"N	76°53'38.46"O	127	Terrestre	3,2	
Shushufindi	Sucumbios	Amazonía	0°11'10.11"S	76°39'36.34"O	53,3	Terrestre	1,3	
Puerto Iraya/Providencia	Sucumbios	Amazonía	0°28'25.75"S	76°28'13.98"O	31,2	Terrestre/Fluvial	0,8	
Nuevo Rocafuerte	Orellana	Amazonía	0°55'27.99"S	75°23'56.58"O	155	Fluvial		4
					TOTAL KMS	867,8		
					TOTAL HORAS	16,6		
					TOTAL DIAS	4		

Fuente: Preparado por Tanny García, Fabiola Durán, Mayra González - Junio 2017

c) Puerto de Guayaquil hacia Nuevo Rocafuerte.

**Tabla 4.** Intermodalidad y conectividad física del corredor transversal del Ecuador desde Guayaquil hacia Nuevo Rocafuerte.

CIUDADES/LOCALIDADES	PROVINCIA	INTER-REGION	LATITUD	LONGITUD	DISTANCIA (KM)	MODO DE TRANSPORTE	TIEMPO TRÁNSITO (horas)	TIEMPO TRÁNSITO (días)
Puerto Guayaquil	Guayas	Costa	2°16'41.81"S	79°54'28.41"O		Marítimo/Terrestre		
Quevedo	Los Ríos	Costa	1°12'21.36"S	79°27'36.82"O	182	Terrestre	4,6	
Santo Domingo	Santo Domingo	Costa	0°15'7.88"S	79°11'16.58"O	105	Terrestre	2,6	
Aloag	Pichincha	Sierra	1°26'28.37"S	77°50'17.50"O	126	Terrestre	3,2	
Sangoquí	Pichincha	Sierra	0° 20' 4" S	78° 26' 51" O	25,3	Terrestre	0,3	
Baeza	Napo	Amazonia	0°27'51.98"S	77°53'22.57"O	102	Terrestre	1,5	
Nueva Loja	Sucumbios	Amazonia	0°5'6.37"N	76°53'38.46"O	127	Terrestre	3,2	
Shushufindi	Sucumbios	Amazonia	0°11'10.11"S	76°39'36.34"O	53,3	Terrestre	1,3	
Puerto Itaya/Providencia	Sucumbios	Amazonia	0°28'25.75"S	76°28'13.98"O	31,2	Terrestre/Fluvial	0,8	
Nuevo Rocafuerte	Orellana	Amazonia	0°55'27.99"S	75°23'56.58"O	155	Fluvial		4
					TOTAL KMS	906,8		
					TOTAL HORAS	17,5		
					TOTAL DIAS	4		

Fuente: Preparado por Tummy García, Fabiola Durán, Mayiyya Gonzalez - Junio 2017

d) Puerto Bolívar hacia Nuevo Rocafuerte.

**Tabla 5.** Intermodalidad y conectividad física del corredor transversal del Ecuador desde Puerto Bolívar hacia Nuevo Rocafuerte

CIUDADES/LOCALIDADES	PROVINCIA	INTER-REGION	LATITUD	LONGITUD	DISTANCIA (KM)	MODO DE TRANSPORTE	TIEMPO TRÁNSITO (horas)	TIEMPO TRÁNSITO (días)
Puerto Bolívar	El Oro	Costa	3° 16' 0" S	79° 59' 0" O		Marítimo/Terrestre		
Guayaquil	Guayas	Costa	1°12'21.36"S	79°27'36.82"O	192	Terrestre	3,2	
Quevedo	Los Ríos	Costa	1°12'21.36"S	79°27'36.82"O	182	Terrestre	4,6	
Santo Domingo	Santo Domingo	Costa	0°15'7.88"S	79°11'16.58"O	105	Terrestre	2,6	
Aloag	Pichincha	Sierra	1°26'28.37"S	77°50'17.50"O	126	Terrestre	3,2	
Sangoquí	Pichincha	Sierra	0° 20' 4" S	78° 26' 51" O	25,3	Terrestre	0,3	
Baeza	Napo	Amazonia	0°27'51.98"S	77°53'22.57"O	102	Terrestre	1,5	
Nueva Loja	Sucumbios	Amazonia	0°5'6.37"N	76°53'38.46"O	127	Terrestre	3,2	
Shushufindi	Sucumbios	Amazonia	0°11'10.11"S	76°39'36.34"O	53,3	Terrestre	1,3	
Puerto Itaya/Providencia	Sucumbios	Amazonia	0°28'25.75"S	76°28'13.98"O	31,2	Terrestre/Fluvial	0,8	
Nuevo Rocafuerte	Orellana	Amazonia	0°55'27.99"S	75°23'56.58"O	155	Fluvial		4
					TOTAL KMS	1098,8		
					TOTAL HORAS	20,7		
					TOTAL DIAS	4		

Fuente: Preparado por Tummy García, Fabiola Durán, Mayiyya Gonzalez - Junio 2017

Estas identificaciones de intermodalidad y conectividad física contribuirán como opción para generar un comercio exterior dinámico, productivo y competitivo por parte de los corredores internos del Ecuador que se enlazarán a la red de corredores suramericanos.

## Conclusiones

A través de la identificación de los corredores transversales del Ecuador en rutas, ubicación, distancia, conectividad física y cálculo del tiempo para la gestión de la carga se determina la intermodalidad de cada una, enlazada en un proceso dinámico con las inter-regiones, ciudades, localidades asociadas, carreteras y caminos e hidrovías.

Para que los corredores transversales del Ecuador puedan desarrollarse como un enlace de conectividad física eficiente, es necesario identificarlos teniendo en cuenta los elementos geográficos que se desprenden de cada ruta.



A partir de lo anterior, se argumenta la relevancia de la intermodalidad y conectividad física que contribuirá a generar un comercio exterior dinámico, productivo y competitivo que se sustenta en la utilización de los corredores transversales del Ecuador, a beneficio de la integración y conectividad física local y nacional.

### Referencias bibliográficas

- Acosta, W. S. (2017). Repensar las Fronteras, La Integración Regional y el Territorio . Universidad Nacional de Costa Rica , CLACSO . Asdi. Recuperado el 15 de 05 de 2017, de [http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20170209035946/Repensar\\_las\\_fronteras.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20170209035946/Repensar_las_fronteras.pdf)
- Antonio de Lisio . (2013). La IIRSA o la Integración Física Suramericana como dilema eco-sociopolítico. Buenos Aires : Clacso . Recuperado el 02 de 05 de 2017, de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/becas/20131016120547/clacso.pdf>
- Barrero, G. A. (2009). Áreas metropolitanas y Procesos de Integración Territorial: Retos de la Gestión regional en Colombia. Dirección de Desarrollo Territorial . Recuperado el 01 de 06 de 2017, de [http://amco.gov.co/Gaceta/Ponencia%20Ministerio%20de%20Ambiente,%20Vivienda%20y%20Desarrollo%20Territorial%20\[Modo%20de%20compatibilidad\].pdf](http://amco.gov.co/Gaceta/Ponencia%20Ministerio%20de%20Ambiente,%20Vivienda%20y%20Desarrollo%20Territorial%20[Modo%20de%20compatibilidad].pdf)
- Carciofi, R. (2014). Integración Física y Cooperación Multilateral. La Experiencia Reciente de América del Sur. SANTIAGO DE CHILE. Recuperado el 21 de 05 de 2017, de [http://www.cepal.org/sites/default/files/news/files/09-ricardo\\_carciofi\\_0.pdf](http://www.cepal.org/sites/default/files/news/files/09-ricardo_carciofi_0.pdf)
- Carciofi, R., & Gayá , R. (2016). Integración Física en América Latina. Universidad de Buenos Aires , Instituto Interdisciplinario de Economía Política , Buenos Aires . Recuperado el 25 de 05 de 2017, de <http://riosvivos.org.br/wp-content/uploads/2016/08/Integracion-fisica-en-AL-Carciofi-et-al-2016.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2017). CEPAL. Recuperado el 05 de 05 de 2017, de CEPAL : <http://www.cepal.org/es/temas/integracion-fisica-regional>
- Fernández de Córdova , M., & García , D. (2016). La Efectiva Inserción del Ecuador en los ejes de Integración y Desarrollo Regional propuestos por iirsa . Recuperado el 02 de 06 de 2017, de <https://afese.com/img/revistas/revista53/iirsa.pdf>
- Figuroa , O., & Rozas , P. (2005). Conectividad, ambitos de impacto y desarrollo territorial: el caso de Chile. doi:[http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6299/S05902\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6299/S05902_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gobierno Regional de la Araucanía. (2011). Política de Integración Territorial. Recuperado el 17 de 05 de 2017, de [http://www.subdere.gov.cl/sites/default/files/documentos/politica\\_regional\\_integracion\\_territorial\\_araucania.pdf](http://www.subdere.gov.cl/sites/default/files/documentos/politica_regional_integracion_territorial_araucania.pdf)
- Guariglia, Á. (2014). Un Aporte a la Consideración de La Integración Fronteriza en el Proceso de Planificación Territorial del Cosiplan . COSIPLAN , BUENOS AIRES ARGENTINA . Recuperado el 01 de 06 de 2017, de [http://www.iirsa.org/admin\\_iirsa\\_web/Uploads/Documents/pfr\\_buenosaires14\\_anexo17\\_guariglia\\_argentina.pdf](http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/pfr_buenosaires14_anexo17_guariglia_argentina.pdf)
- IIRSA. (2011). Taller sobre Agendas Cartográficas. Buenos Aires. Recuperado el 30 de 05 de 2017, de [http://www.iirsa.org/admin\\_iirsa\\_web/Uploads/Documents/geo11\\_baires11\\_agenda\\_cartografica.pdf](http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/geo11_baires11_agenda_cartografica.pdf)
- Iniciativa para la integración de la Infraestructura Regional Suramericana. (2003). Conceptos Básicos y Lineamientos . doi:[http://www.alide.org.pe/download/CEDOM/Infraestructura\\_AS2003/Iniciativas%20Regionales/27IIRS AconceptosBID.pdf](http://www.alide.org.pe/download/CEDOM/Infraestructura_AS2003/Iniciativas%20Regionales/27IIRS AconceptosBID.pdf)
- Meléndez, L. V. (2010). La Integración Física Sudamericana y su Influencia en la Descentralización de la Economía Peruana . Instituto de Economía y Desarrollo. Recuperado el 06 de 06 de 2017, de <https://web.ua.es/es/giecryal/documentos/integracion-fisica.pdf?noCache=1421307443687>
- Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios . (2011). Ministerio del Interior . Recuperado el 10 de 06 de 2017, de [http://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/AS\\_13663122172.pdf](http://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/AS_13663122172.pdf)
- Porta, F. (2008). La Integración SSudamericana en perspectiva. Problemas y dilemas. CEPAL. Recuperado el 03

de 06 de 2017, de <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/8/34708/docw32.pdf>  
Real Academia Española. (2017). Real Academia Española. Recuperado el 15 de 06 de 2017, de Real Academia Española : <http://dle.rae.es/?id=Lq0xqZt>  
Ruibal, A. (2016). Logística de los Corredores Interoceánicos Suramericanos por el Perú. Lima: Gerencia y Marketing s.a. Recuperado el 15 de 06 de 2017  
Szauer, M. T., Peña Villamil, F., & Paolillo, A. (2011). Aplicación Metodología Ease-iirsa. Panamericana Formas e Impresos. Obtenido de [http://www.iirsa.org/admin\\_iirsa\\_web/Uploads/Documents/ease\\_GP6\\_proyectos\\_del\\_Eje\\_Andino\\_Conexi%C3%B3n\\_Colombia-Ecuador.pdf](http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/ease_GP6_proyectos_del_Eje_Andino_Conexi%C3%B3n_Colombia-Ecuador.pdf)  
Tomassian, G. C. (2015). Financiamiento para el Desarrollo. Naciones Unidas, Cepal. Recuperado el 05 de 05 de 2017, de [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39839/S1501366\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39839/S1501366_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)  
UNASUR . (2015). Caracterización Socioeconómica y Ambiental. Recuperado el 10 de 05 de 2017, de [http://www.iirsa.org/admin\\_iirsa\\_web/Uploads/Documents/Caracterizaci%C3%B3n\\_EJE\\_AMAZONAS\\_final.pdf](http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/Caracterizaci%C3%B3n_EJE_AMAZONAS_final.pdf)  
UNASUR. (2012). Agenda de Proyectos Prioritarios de Integración. Informe de Avance , Lima. Recuperado el 04 de 05 de 2017, de <http://www20.iadb.org/intal/catalogo/PE/2013/11524a08.pdf>

# Las barreras artificiales al comercio exterior y su impacto en el Sector textil del Ecuador 2008-2016

**Econ. William Merdardo Pulupa**

Universidad de Guayaquil  
William.pulupag@ug.edu.ec

**Econ. Karina García Reyes**

Universidad de Guayaquil  
Karina.garcia@ug.edu.ec

## Resumen

La presente investigación busca analizar los efectos de las barreras artificiales al comercio aplicadas al sector textil de la economía ecuatoriana, durante el periodo 2008 – 2016. Se buscó identificar las ventajas y desventajas de sostener las barreras arancelarias y no arancelarias en productos textiles importados, evaluando toda estrategia de equilibrio comercial implementada en el Ecuador. Para ello se utilizó el enfoque cuantitativo de investigación, el método deductivo-inductivo y el alcance correlacional, se tomó en consideración el análisis documental y la revisión de bases de datos estadísticos oficiales a través de la aplicación de un modelo multivariado en el programa SPSS 19. Se pudo evidenciar que la aplicación de barreras artificiales al sector textil no es significativa para la balanza comercial de este sector. Es decir, el aumento de las restricciones técnicas a las empresas importadoras de telas y confeccionados no ha limitado su ingreso al Ecuador, por tanto, no existió el impulso a la industria del sector textil. Por otra parte, la industria textil ecuatoriana no presenta un crecimiento significativo, con lo cual se puede concluir que la producción nacional no ha logrado cubrir la demanda existente dejada por la reducción de la oferta de algunas empresas dedicadas a importar telas y vestidos.

**Palabras claves:** Sector Textil, Barreras Comerciales, Política Comercial, Balanza Comercial.

## Abstract

The present research aims to analyze the effects of the artificial barriers to trade applied to the textile sector of the Ecuadorian economy during the period 2008 - 2016. The aim was to identify the advantages and disadvantages of maintaining tariff and non - tariff barriers in imported textile products, Any trade balance strategy implemented in Ecuador. The quantitative research approach, the deductive-inductive method and the correlational scope were used for this purpose. The documentary analysis and the revision of official statistical databases were taken into account through the application of a multivariate model in the SPSS program 19 It was possible to show that the application of artificial barriers to the textile sector is not significant for the commercial balance of this sector. That is to say, the increase of the technical restrictions to the companies importing fabrics and ready made has not limited their entrance to Ecuador, therefore did not exist the impulse to the industry of the textile sector. On the other hand the Ecuadorian textile industry does not present a significant growth, with which it can be concluded that the national production has not managed to cover the existing demand left by the reduction of the supply of some companies dedicated to import cloths and dresses.

**Keywords:** Textile Sector, Trade Barriers, Trade Policy, Trade Balance

## Introducción

El sector textil, ha ganado participación durante los últimos años, desde el siglo XVII con la Revolución industrial, este se ha convertido en uno de los sectores de mayor importancia para las economías del mundo. Y gracias a los avances tecnológicos en este sector cada día surgen nuevas tendencias en confecciones y nuevos

materiales para esta creciente industria. Ahora bien, para poder establecer la importancia económica de este sector en la economía mundial, se mencionará algunas cifras de interés, según la European Man-Made Fibres Association hasta el 2014 la producción de fibras alcanzó los 90 millones de toneladas, creciendo a una tasa aproximada del 3% anual, y las importaciones de los bienes provenientes de la industria textil solo en Estados Unidos ascienden a los 105.964 millones de dólares (COMEX, 2015), es decir, aproximadamente el 1% del PIB de dicho país.

La política económica es una rama esencialmente dirigida hacia el condicionamiento de la actividad económica. “La política económica permite buscar soluciones para ingresar más recursos y diversificar su gasto” (Navarrete, 2012). Los planteamientos hechos por la economía descriptiva tienen como finalidad sustentar los avances alcanzados por la teoría económica. En una descomposición de carácter utilitarista, éstos serán el soporte de la política económica. En ese contexto, los obstáculos técnicos al comercio son mecanismos propuestos por organismos que regulan el comercio internacional, viéndose en la necesidad de cumplir normas y/o reglamentos para su buen funcionamiento, a más de una serie de requisitos que ayudan a mantener activo el comercio internacional.

El organismo regulador de dichos obstáculos técnicos al comercio es la Organización Mundial de Comercio (OMC), dicho organismo internacional lo que busca es manejar de una manera técnica el comercio exterior entre los países, buscando la equidad de pueblos y naciones. Sin embargo, el exceso de obstáculos al comercio es perjudicial porque traba el comercio internacional, y los acuerdos bilaterales. En ese sentido, la Organización Mundial del Comercio (OMC), señala que se han aumentado los reglamentos en los últimos años debido al aumento constante de la población, de los estándares de vida, del cambio del medio ambiente, entre otros.

Los altos costos se evidencian de una manera más específica en la traducción de documentos en lenguas extranjeras, la contratación de personal técnico para que evalúe los reglamentos, la adaptación de empresas productoras, etc. Todos esos altos costos pueden desalentar la producción nacional, y desestimulan las exportaciones, especialmente en países en vías de desarrollo.

La Constitución de la República del Ecuador dispone que entre los objetivos de la política comercial se encuentran: desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico; regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial; y, fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.

Para llevar a cabo esta política los estados disponen de herramientas y mecanismos que permiten regular el flujo comercial desde y hacia los países, dando paso de esta manera a las barreras no arancelarias reducen la oferta de los bienes importados, forzando a la demanda a trasladarse hacia los bienes de producción nacional. Ello conduce por lo general, un aumento en los precios de bienes importados.

Para (Krugman, 2008) “Un arancel es una tasa impositiva que se aplica a los bienes que son objeto de exportación o de importación. Cuando es el caso de un arancel a la importación puede ser ad valorem o específico”. Los aranceles se clasifican en: Arancel Ad Valorem, específico, mixto y compuesto.

- Arancel Ad Valorem: Es un impuesto cobrado en términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía. Ejemplo: El 5%.

- Arancel específico: Es un impuesto cobrado en términos monetarios por unidad de medida. Ejemplo: USD 0,63/Kg.
- Arancel mixto: Es un impuesto expresado como la combinación de un derecho “ad-valorem” y de derecho “específico según las condiciones, mediante la aplicación de uno de ellos por debajo de un límite y la aplicación del otro por encima de ese límite. Ejemplo: 5% + \$39,97 c/u ≤ 0 igual a 20”.
- Arancel compuesto: Un arancel expresado como la combinación de un derecho “ad-valorem” y de un derecho “específico”, sumado, o restado uno del otro. Ejemplo 10% + USD 5,5 por Kg.
- En esta investigación también se aborda el efecto de las barreras no arancelarias que “son leyes o regulaciones que tiene un país para restringir el acceso de productos importados al mercado”.

Las barreras no arancelarias son el conjunto de regulaciones administrativas que crean cierta regulación hacia los productos extranjeros y una ventaja hacia los productos nacionales debido a que dentro de estas regulaciones se encuentran las cualitativas sanitarias, las ecológicas, las de toxicidad, de etiqueta, de empaque y de calidad. Y las cuantitativas: Cuotas, permisos de importación y de exportación, precios oficiales, impuestos antidumping e impuestos compensatorios. Este tipo de medidas impiden el libre flujo de mercancías de un país a otro, y regulan el equilibrio en el mercado nacional.

Es así que las barreras no arancelarias hacen referencia a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como, mediante determinadas reglas o ciertas características, limitaciones, cupos, cuotas, dependiendo de la política que persigue cada nación para sus ciudadanos.

Es de evidenciar dos tipos de barreras no arancelarias:

- Barreras Sanitarias.
- Barreras Técnicas.

Las barreras sanitarias permiten evitar el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico. Y las barreras técnicas Se refieren a los requisitos o cualidades que debe reunir determinado producto en cuanto a su peso, tamaño, composición, dimensión, estructura en general y demás componentes para que una vez cumplido, pueda ingresar a un determinado mercado.

A nivel mundial se han importado 667,398 millones de dólares en tejidos, insumos, accesorios y los diferentes derivados de esta industria. De ahí que esta industria es importante no solo a nivel nacional sino que es una de las industrias más importantes a nivel mundial. La industria textil ecuatoriana se ha caracterizado por la fabricación de textiles artesanales, es intensiva en mano de obra, esta se produce en gran proporción en la Región Sierra, principalmente, se realizan en esta región tejidos con lana y algodón, fibras naturales, en cuanto a la elaboración de tejidos, la industria manufacturera genera el 45% de los ingresos del país. Es importante destacar que aunque aún son incipientes, existen emprendimientos para la elaboración de fibras sintéticas e inclusive la innovación social apunta al diseño de modas a partir de materiales reciclables en el Ecuador. Este avance en el sector textil ecuatoriano es una de las razones por las cuales las políticas comerciales que en el país se han adoptado son de tono proteccionista.

Se puede observar que dentro de la historia regulatoria en lo que refiere a textiles y confecciones, esta producción se ha visto sometida a diferentes políticas de control. Es así que a inicios de los años 60, se aplicaron reglas

especiales dentro del marco GATT, específicamente, mediante la creación del Acuerdo Multifibras (AMF), que duró hasta el año de 2005. Por lo que la presente investigación busca analizar los efectos de las barreras artificiales al comercio aplicadas al sector textil de la economía ecuatoriana analizar los efectos de las barreras no arancelarias aplicadas en el sector textil de la economía ecuatoriana (2008-2016).

En ese sentido, las interrogantes a responder son ¿Qué impacto han tenido las barreras artificiales al comercio en las importaciones de confecciones del sector textil ecuatoriano durante el periodo 2008-2016? y ¿Cuál ha sido el beneficio de estas barreras artificiales para los productores nacionales?

La aplicación de las diferentes políticas comerciales por parte de los Estados inciden en las relaciones comerciales del país con el resto del mundo, estas políticas tienden a acelerar o reducir el intercambio de mercancías entre las fronteras, de ahí que es importante analizar como las políticas comerciales realizadas en el Ecuador durante el periodo 2008-2016 inherentes a las barreras artificiales sean estas técnicas o arancelarias han logrado cumplir su objetivo, es decir, reducir las importaciones y proteger a la industria nacional ecuatoriana.

Sin olvidar que la evaluación de estas barreras como limitantes a las importaciones de la industria textil es otro aspecto de interés, es decir, es prioritario conocer cómo esta política restrictiva ha cubierto con la expectativa de que la producción nacional pueda suplir esta demanda. Adicionalmente, este análisis permite identificar las ventajas y desventajas de sostener las barreras al comercio impuestas a los productos textiles importados, lo cual implica evaluar la estrategia de equilibrio comercial implementada actualmente.

### **Metodología**

Para cumplir con el propósito de esta investigación se utilizó el enfoque cuantitativo a través del método deductivo de investigación, se tomó en consideración el análisis documental y la revisión de bases de datos oficiales. El alcance es de tipo correlacional, explicativo-causal, a fin de determinar si existe una relación entre las variables y si las barreras artificiales, han sido significativas para la reducción de las importaciones del sector textil. Para ello se planteó un modelo multivariado en el programa SPSS 19, donde se identificó a las importaciones de textiles como la variable dependiente ( $\lambda$ ), las variables independientes seleccionadas fueron: normas de etiquetado ( $\theta$ ) y los impuestos ad-valorem ( $\mu$ ).

La información obtenida de las páginas oficiales se presentará en tablas y en graficas primero para ver la evolución de las mismas en el tiempo y posteriormente con pruebas de significancia.

### **Resultados**

Todos los Estados son soberanos de aplicar las políticas que mejor se adapten a sus realidades y a sus intereses, de tal forma que inclusive la misma Organización Mundial de Comercio establece dentro de su norma la posibilidad de que se apliquen mecanismos denominados obstáculos técnicos al comercio, llamándolo Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (Acuerdo OTC), con el objetivo de que estos sean utilizados para fines específicos tales como la protección a la salud, la vida y seguridad de las personas, la protección del medio ambiente, permitiendo de esta forma el nacimiento de muchas opciones para de una forma u otra pedir requisitos previos a la importación o posteriores a la misma. Dentro de la política que ha definido el Ecuador en los últimos años en materia de textiles presentamos las siguientes:

- Resolución 401 del Ministerio de Industrias y Productividad que contiene el Registro de Importador de textiles y calzado, publicado en el Registro Oficial 223 de 30 de noviembre de 2007 (vigente).

- Resolución 450, Codificación de documentos de control previo a las importaciones y modificación de la nómina de productos de prohibida importación. Registro Oficial Suplemento 492 de 19 de diciembre de 2008 (vigente).
- Resolución del COMEXI 364 Regímenes de Importaciones sujetas a Controles Previos, Registro Oficial Suplemento 416 de 13 de diciembre de 2006 (vigente).
- RTE INEN 1 Prendas de vestir y complementos de vestir usados. Prendería y trapos, Registro Oficial 117 de 28 de julio de 1997 (vigente).
- RTE INEN 13 Etiquetado y rotulado de textiles, prendas de vestir, calzado y accesorios afines, Registro Oficial 381 de 20 de octubre de 2006 (vigente).

Por otro lado las importaciones de textiles ingresan al país con un abaratamiento de costos extraordinario, debido a la productividad máquinas-hombre que los países desarrollados emplean, lo que permite inundar al mercado nacional de productos importados, apabullando la producción de textiles nacionales, y perjudicando su estabilidad.

El importar textiles exteriores hacia el Ecuador, en realidad no es perjudicial, lo que afecta es el estancamiento que existe en la industria nacional, una industria que no puede competir frente a las mercancías que ingresan del exterior.

Es por eso, que el actual gobierno impuso las barreras no arancelarias al sector textil con el fin de contrarrestar el déficit que existe en la balanza comercial textil nacional. Las importaciones de textiles en el Ecuador han tenido una tendencia inconsistente a lo largo del período 2008-2009, a pesar de las fluctuaciones que ha mantenido a lo largo de dicho período.

Hay que destacar que las importaciones de textiles se han incrementado en 28,87%, al pasar de \$554.213 miles de dólares en el año 2010 a \$714.211 miles de dólares en el año 2012.

La estructura del arancel ecuatoriano en el período de estudio (2008-2016) fue la siguiente: 2767 subpartidas, grabadas con 0%, representaron el 57% de las importaciones. Si de estas eliminásemos el capítulo 27, el resultado sería que 2716 subpartidas, grabadas con 0%, representaron aproximadamente el 57% de las importaciones.

**Tabla 2.** Ecuador: evolución de las importaciones textiles, recaudación importaciones totales, en miles de dólares, 2008-2016

<b>Años</b>	<b>Importaciones Textiles</b>	<b>Barreras arancelarias</b>
2008	554.213,272	
2009	415.007,827	
2010	561.695,090	22.27
2011	736.604,838	18.47
2012	714.262,022	25.93
<b>Años</b>	<b>Importaciones Textiles</b>	<b>Barreras arancelarias</b>
2013	807.640,305	22.01
2014	807.777,018	32.81
2015	709.592,786	35.25
2016	490.182,133	33.27*

**Fuente:** Banco Central del Ecuador. Información Estadística No. 1921. Marzo 2013. Quito-Ecuador  
Elaboración propia

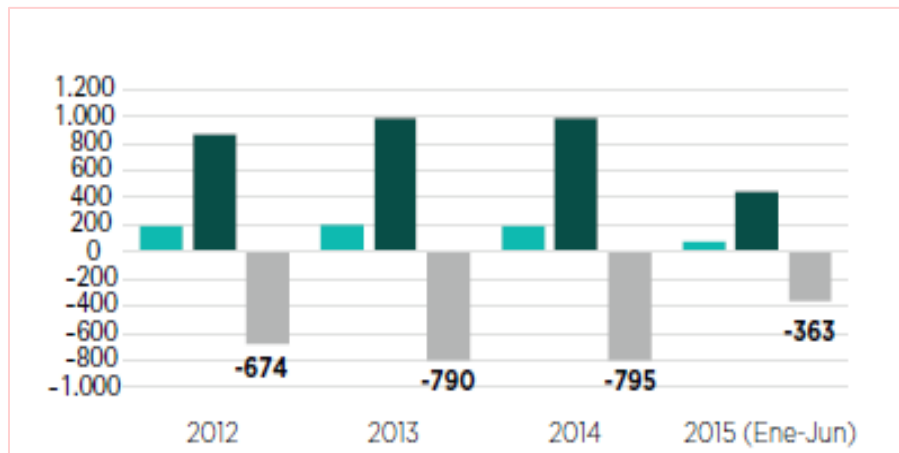
En el año 2009 las importaciones de textiles han disminuido en \$415.021 miles de dólares, es decir, -25,12%, debido a que en ese año no se pudieron importar textiles del exterior puesto que se sentía los estragos de la crisis económica y financiera mundial, lo que hizo contraer la oferta en de textiles de países industrializados como Estados Unidos y la Zona Euro, Ecuador demandó menos textiles en dicho año. Sin embargo, para el año 2010, las importaciones se ubicaron en \$561.700 miles de dólares, registrando un aumento de 35,35% con respecto al año 2009, dicha cifra no refleja que el rubro de textiles sea más relevante en las exportaciones totales, pues si se analiza la participación porcentual de las importaciones de textiles frente a las importaciones totales del Ecuador, estas fueron de 2,91%, es decir, 0,04% menos participativa que la del año 2009.

En el año 2011, las importaciones de textiles toman mayor consistencia situándose en \$736.605 miles de dólares, es decir, registran un incremento de 31,14% con respecto al año 2010, lo que impacta directamente en las importaciones totales, generando una participación de 3,21% en dicho año.

Finalmente, en el año 2012, las importaciones de textiles logran contraerse registrando un monto de \$714.211 miles de dólares, cayendo así en -3,04%, y su participación frente a las importaciones totales fue de 2,97%, también cayó en 0,24% con respecto a la participación porcentual del año 2011.

Para el 2013, las importaciones de confecciones y textiles llegaron a los US\$ 807.640,305 creciendo en un 0.02% para el año 2014, los efectos de las medidas se pueden observar en el 2015 se redujeron en 12% en comparación con el periodo anterior (US\$ 709.592,786). Finalmente, para el 2016 la recaudación descendió a los US\$ 490.182,133.

**Figura 1.** Balanza comercial de la producción textil, en millones de dólares.



**Fuente y Elaboración:** Banco Central del Ecuador

Según datos de Revista Ekos (2015), “La balanza comercial textil en los últimos 3 años ha sido deficitaria en más de 670 millones de dólares siendo los principales productos de importación el calzado, las polainas y los artículos relacionados con un valor FOB de más de USD 168 millone” (p. 4) Para el año 2015, los resultados al mes de junio develan que al igual que otros sectores, las exportaciones e importaciones del sector serán menores respecto al año anterior y que la balanza comercial permanecerá negativa.



## Discusión

Uno de los sectores estratégicos que debe ser atendido es el sector textil, puesto que existe el contrabando de prendas de vestir y telas, que hacen distorsionar esta medida, haciendo perder competitividad al producto nacional, anclando cada vez más la producción y la exportación. Los textiles en el Ecuador tienen un gran desarrollo en materia de diseño, variedad y especialización, productos textiles innovadores, de grandes empresas creadoras.

**Tabla 3.** Coeficientes

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	T	Sig.
		B	Error típ.	Beta	B	Error típ.
1	(Constante)	889775,715	240124,709		3,705	,021
	Advalorem( $\mu$ )	-11812,752	10939,970	-,648	-1,080	,341
	b_tecnicas( $\theta$ )	168773,025	148201,349	,683	1,139	,318

A Variable dependiente: Importaciones ( $\lambda$ )

Se puede evidenciar en el modelo de regresión que las recaudaciones de impuestos ad-valorem reducen las importaciones en US\$ 11812.45 dólares, sin embargo, estas no son significativas. Las recaudaciones ( $\mu$ ) poseen un p-value  $> 0.05$  lo que indica que las cargas arancelarias no son significativas y por otra parte las barreras técnicas ( $\theta$ ) tienen un p-value  $> 0.05$ , es decir, las medidas aplicadas por el estado en el periodo de análisis no fueron significativas para reducir las importaciones de textiles y confecciones.

Es importante recalcar que la oferta exportable es carente en el país, la producción se destina al consumo interno y en menor medida a la oferta exportable, debido a que las capacidades instaladas en las empresas de textiles en el Ecuador no responden a generar una competitividad con las mercancías provenientes del exterior, las cuales le permiten abaratar costos, y por ende venderlas a un precio inferior del que propone la mercancía nacional.

Hay que destacar que el acceso a la tecnología es uno de los factores predominantes en los textiles importados, donde la capacidad instalada dada por las maquinas industriales, ayudan a incrementar la producción de prendas textiles, eliminando el tejido manual.

La industria ecuatoriana se encuentra inmersa en procesos de tecnificación cada vez más avanzados, aunque aún existan el tejido manual, que identifica el trabajo realizado en el país, dichos tejidos se dan más en la región interandina o sierra, realizan bordados y confecciones manuales, especialmente confecciones de ponchos, batas y sombreros, donde los procesos de producción implican largas jornadas de trabajo manual.

Existe un gran desarrollo de la industria principalmente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas, donde el negocio micro empresarial ha ido tomando fuerzas a nivel nacional, empezando con negocios familiares hasta irse ampliando posteriormente en una micro y/o mediana empresa.

## Conclusión

La producción de textiles en el Ecuador se ve apabullada por los productos provenientes del mercado exterior, principalmente, del mercado Chino, tal mercado puede producir textiles en grandes cantidades de una forma industrializada lo que la vuelve muy demandada por sus bajos costos, ya que con mano de obra barata y con una

tecnología de primera calidad, lo cual le permite disminuir sus precios y poder distribuirlos a los diferentes países no sólo de Sudamérica, sino del mundo.

El estímulo que proporciona el gobierno al sector micro empresarial textil del Ecuador, es gracias a la política arancelaria para detener las importaciones de textiles provenientes de otros países, sin embargo, no resulta lógico pensar que dicha medida servirá para que el Ecuador exporte textiles y pueda competir en el mercado internacional. Para que el país pueda vender textiles al mercado exterior es necesario que dicha medida esté ligada a nuevas inversiones en maquinarias, renovación de infraestructura obsoleta, que el país tenga un mejor acceso a la tecnología sofisticada, de esta manera se podrán abaratar costos y producir en grandes cantidades. Adicional a aquello es necesario abrir nuevos mercados para colocar los textiles, con nuevas negociaciones, acuerdos bilaterales, etc.

Sin embargo, y pese a que el país no ha logrado insertarse en el mercado internacional textil es de fundamental importancia destacar la calidad que se impone en el producto nacional. Es decir, Los textiles ecuatorianos son elaborados con altos estándares de calidad, lo que hace decidir al consumidor final, obtener productos nacionales en vez de los de mala calidad y procesos como los que proporciona el continente asiático. Pese a ello el Ecuador no es un exportador grande de textiles, puesto que le falta preparación para poder competir.

Es así que la industria textil ecuatoriana no es tan grande, sin embargo, hay que rescatar que existe un gran número de empresas que se dedican a la producción de textiles, sin embargo, no existe la capacidad instalada para poder incrementar un gran número de producción y ofertar a precios de economía de escala la producción ecuatoriana. Para competir en un mercado grande y competitivo se necesita que exista tecnología y abaratamiento de costos. Ecuador aún no logra competir con dichos productos provenientes de China, para el mercado ecuatoriano es casi imposible producir textiles a bajos costos puesto que su capacidad instalada no abastece, no responde y es inexistente ante tal inundación de producto chino, lo cual le resta competitividad inclusive en el mercado nacional.

La producción de textiles en el Ecuador aún no avanza a la misma velocidad que los países industrializados, lo cual deja espacios para que países desarrollados con máquinas industrializadas puedan producir textiles a un mayor volumen que el nacional. Por tal razón, Ecuador es pues eminentemente importador de productos textiles, sin embargo, lo que se produce en el país ha servido para consumo interno, más no para exportarlo a los demás países, puesto que el producto nacional no puede competir con el extranjero en el precio, es por eso que el país mantiene un saldo negativo en la balanza comercial de este producto. Debido a las características antes expuestas se rechaza la hipótesis “La aplicación de las barreras no arancelarias en el sector textil del Ecuador, permitió disminuir las importaciones, y equilibrar el saldo en la balanza comercial del Ecuador en dicho sector en el período 2008-2016”, debido a que la medida no ha podido contrarrestar las importaciones de textiles, ni se ha equilibrado el saldo de la Balanza comercial puesto que no se ha mejorado la productividad ni la competitividad de este sector.

#### **Referencias bibliográficas**

UTMACH. (2015). Obtenido de [https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/World Trade Organization](https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/World%20Trade%20Organization). (2017). Obtenido de [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)Agudelo de Bedout, S. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde Colombia. Revista de negocios Internacionales, 2(1), 3-11.Allen, D. (2006). Comemos combustibles fósiles. Polis, Revista de la Universidad Bolivariana.

Alvarez, G. (1992). El Costructo "Clima Organizacional": Concepto, teorías, Acciones Investigacion y Resultados Relevantes. Interamericana de Psicología Ocupacional.

Ancona, M., Camacho, M., & Garcia-muñoz, C. (2012). Motivación laboral en empleados administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. *Revista internacinal de administración y finanzas*, 121-134.

Andrews, K. (1977). *El concepto de estrategia en la empresa*. Pamplona. Pamplona: Ed Universidad de Navarra.

Angulo, S. (5 de abril de 2017). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. *El Comercio*.

Anónimo. (16 de junio de 2016). *Diario El Telegrafo - Economía*. Obtenido de MAs de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por-presunta-estafa-masiva>

Ansoff, H. (1976). *La estrategia de la empresa*. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra.

Ansón Lapeña, J. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.

Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.

Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez, V. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.

Apuy, L. (2008). Factores del Clima Organizacional que influyen en la Satisfacción Laboral del Personal de Enfermería, en el Servicio de Emergencias del Hospital San Rafael de Alajuela, Junio- Noviembre 2008. San José, Costa Rica.

Araujo, A., & Tapia, E. (2015). Economic Problems that Officials and Analysts are Worried About. *El Comercio*, 1.

Araujo, J. A. (2007). Rendimiento empresarial. *Mediterraneo Economico*, I(11), 60.

Arias . (2006). *La investigacion documental*.

Arredondo, F, Maldonado, V, & De la Garza, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, Actitudes ante edad y género. *Scielo*, 24(43), 285.305.

Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión 2004*; vol. 5(17), 23-29.

Asamble Constituyente. (2014). *Código Orgánico Monetario y Financiero*. Quito: Lexis.

Asamble Nacional. (2014). *Ley Oránico de Discapacidades*. Quito.

Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Lexis.

Asamblea Constituyente. (2009). *Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera*. Quito: Lexis.

Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. (2012). *Reservas mundiales*. España: CEIDA.

Awad, G., & Valencia, A. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. *Reflexión Política*, 80-89.

Aybar Arias, C., Casino Martínez, A., & López Gracia, J. (2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30121108>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la Responsabilidad Social Empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: Comunicado de Prensa.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). *Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>

Banco Mundial. (2013). *Los principios de Ecuador*. Estados Unidos: [http://www.equator-principles.com/resources/equator\\_principles\\_spanish\\_2013.pdf](http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_spanish_2013.pdf)

Barranco Saiz, F. J. (2010). *Marketing Político*. Madrid: ESIC Editorial.

Barrientos Felipa, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. *Semestre Económico*, 122-123.

BCE / INEC / Medios de Comunicación. (09 de marzo de 2017). *Diario El Telégrafo*. Obtenido de La quiebra de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quiebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas->

costaron-usd-8-600-millones

BCE. (2017). Banco Central del Ecuador. Obtenido de Preguntas Frecuentes / Fondos de liquidez: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/ServiciosBCentral/FondoLiquidez/preguntasFrecuentes.pdf>

Bernal, C. (2006). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.

Boada, J. V., & Arguello, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicósomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema, Revista Anual de Psicología*, 125-131.

Bonilla, L. (29 de Mayo de 2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *El Observador Económico*.

Bosma, N., & Amorós, J. E. (2013). Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe. Concepción. Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. Obtenido de <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>

Bouhali, R. (2015). *Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning*.

Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. (2007). Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe. México: Teoría y Praxis.

Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J. (2007). *Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid.

Bustamante, J. (2013). Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas, Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TESIS%20COMPLETA.pdf>

Cabrera M. (2013). El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador. Quito, Ecuador: tesis de grado Universidad San Francisco De Quito.

Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros. (2013). Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos Escambray. Santiago, Chile.: Editorial Edicasa.

Caligiore, I., & Díaz, J. (2003). lima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 8. N° 24, 60-64.

Campos, G. (2003). Implicaciones del Concepto de Empleabilidad. *Revista Iberoamericana de Educación* (ISSN: 1681-5653).

Canals, A. (2003). Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de La gestión del conocimiento: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>

Castro Martínez, L. (2012). El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama. *Norteamericana*, 14.

CEAACES. (2015). La gestión e proyectos en las IES. Guayaquil: Gobierno.

Cevallos, P. (10 de Enero de 2010). Primary education is practically universalized according to Ecuadorian government. *EFE News Service*, pág. 1.

Chaparro, L. (2006). Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas públicas y privadas). *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 7-32.

Chiang, M., Botelo, M., & Huerta, P. N. (2008). Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas) Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos. *Revista Universum* N: 23 Vol.2, 66-85.

Cibrán Ferraz, P., Prado Román, C., Crespo Cibrán, M., & Huerte Galbán, C. (2013). *Planificación Financiera*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

CIRFS. (02 de 08 de 2017). Obtenido de European Man-Made Fibres Association : <http://www.cirfs.org/>

Clark, C. (1940). *Las condiciones del progreso económico*.

Clement Norris & Pool Jhon. (1982). *Economía: Enfoque América Latina*. México: McGraw-Hill, Pág. 13.

Clerc, I. (2012). Introducción a las condiciones del trabajo. OIT. 346 p. Ginebra.

COMEX. (2015). Importaciones - Evolución.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. Bruselas: Comisión Europea.

Consejo Nacional de Educación. (2006). Plan Decenal de Educación. Quito.

Consortio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES). (2010). Quito.

Constitución. (1998). Art. 306. Quito.

Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2015). El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>

Coviello, M. (2003). Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: CEPAL.

Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P. (2010). UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. . Loja, Loja, Ecuador: : Universidad Nacional de Loja.

De la Torre, A. (2013). América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad. Obtenido de Artículos del Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Definiciones de desarrollo. (2012). Definiciones de desarrollo. Recuperado el Julio de 2017, de Definiciones de desarrollo,: <http://www.definicion.org>

Diario Expreso. (15 de Abril de 2015). Ecuador es un ejemplo en Bachillerato Internacional.

Díaz, M. (2001). Rendimiento. GpSerrano, I(32), 100.

Díaz, R. (2011). Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo Popular Caracas utilizando métodos prospectivos. Cuba: Tesis de Maestría, Universidad de Cienfuegos.

Diccionario de la lengua española. (2015). Real Academia Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es>

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). Macroeconomía. Décima edición. México: McGraw-Hill Irwin.

Duque, Y., Cardona, M., & Jaime, R. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Scielo, 29(50).

Economía y Finanzas internacionales . (13 de Junio de 2017). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecualiquidados S.A. (2017). Misión. Guayaquil: <http://ecualiquidados.com.ec>.

Edwards, S., & Rodríguez, A. (2008). Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes. Quito, Ecuador: Conservación Internacional.

EFE. (16 de Septiembre de 2005). Palacio asegura haber incorporado los Objetivos de Desarrollo del Milenio. La Hora Nacional.

El Telégrafo. (5 de Noviembre de 2011). “Hace bien, hace mejor”, sello estatal a la excelencia.

El Telégrafo. (2017). Sector y empleo informales en Ecuador. Obtenido de El Telégrafo : <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El Universo. (16 de septiembre de 2004). La educación, desde que EL UNIVERSO es testigo. EL UNIVERSO.

El Universo. (15 de Febrero de 2015). Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de RSE.

El Universo. (24 de Mayo de 2016). INEN implementará Mi primer sello de calidad para Mipymes.

Elizondo , A. (2002). Metodología de la investigación contable. México: International Thomson Editores S.A.

Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Obtenido de Emprende pon a andar tus ideas:

- <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>
- Eslava, E. (2015). Education in Latin America: Challenges and opportunities for philosophy in the region. *Universitas Philosophica* Vol. 32, 223-243.
- ESPAC. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano Ecuador. INEC. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- España , D., & Rivera , E. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Papel Político*, 1-42.
- España Espinoza, D. A., & Rivera Aya, E. N. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Redalic*, 17(1), 23.
- Espinel, L. (2006). condiciones de rendimiento. *Dialnet*, I(30), 86.
- Espinosa Andrade, A. (2015). Educational Statistics, Indicators' Report, Vol. 1, March 2015. Quito: Ministerio de Educación.
- Esteban, G. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. *Dialnet*, I(28), 55.
- Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., Jiménez Naranjo, H. V., & Hernández Mogollón, R. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Madrid. España. Portal Universia S.A. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>
- Fernández, A., & Emandez, A. (1986). EK DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA, NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANALISIS. Madrid.
- Ferrari, L. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. *Revista Mexicana de Física*, 36-43.
- Figueiredo, A. (1993). El modelo del conflicto y la Teoría de Juegos. *Fundamentos Económicos*, 319.
- FLACSO Ecuador y MIPRO . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>
- Freile, C. (marzo de 2015). Para el Aula. Recuperado el 21 de abril de 2017, de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29)
- Fuertes, M. O. (2005). Practicas de emprendimiento. *Dialnet*, I(15), 259.
- Ganga, F., Piñones, M., & Saavedra, L. (2015). Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. *FENOpinaonline*.
- Garabiza, B. (septiembre de 2015). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Economía.
- García Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. *ESPOL Technological Journal*, 2-45.
- García, A. (julio de 2009). Eumed.net. Obtenido de El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>
- García, E. (2007). Influencia de las industrias en el Rendimiento. *Dialnet*, I(41), 180.
- García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). ESTADÍSTICA EMPRESARIAL. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.
- García, M. (2009). Clima organizacional y su Diagnostico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de administración* , 43-61.
- García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de*

Administración / Universidad del Valle / No. 42, 43-61.

García, M., Hernández, T., Navarete, D., Alejandra, C., & Germán, S. (2014). Eeementos de los modelos determinantes del clima organizacional. *European Scientific Journal*, 10(28), 107-122.

Gasca y Olvera. (2011).

Global Reporting Initiative. (1997). Historia GRI. Estados Unidos.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). GAD Municipal de Machala (GAD). Obtenido de <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>

Gomez, C. (2004). Diseño, construcción y validación de un instrumento que evalúa clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al ítem. *Acta colombiana de psicología*, 97-113.

Gomez, N. (2017). El modelo de Triple hélice. Guayaquil: UEES.

Gómez-Salas, J. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. *Investigación Económica*, 171-202.

Gonzalez. (2007). variedad empresarial. *Ventura*, 73.

Gonzalez. (2007). Variedad Estratégica y rentabilidad empresarial. *Economía Aplicada*, I(72), 200.

González, J. (2009). La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles. México: Divulgación.

Gottmann, J. (1973). *Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricità*. Torino: Einaudi.

Goyes, J. (21 de diciembre de 2012). Clima organizacional en la Universidad del Valle, documento de trabajo diagnóstico. Obtenido de Universidad del Valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>

Grajales. (2000).

Grajales, P. (2014).

Great Place To Work. (15 de noviembre de 2010). Buen Clima Laboral, una tarea pendiente. *Diario Hoy*.

Guerrero, G. (2012). El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV. IDE Business School.

Guerrero, R., Focke, K., & Rossini, F. (2010). Redes de seguridad financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe. Bogotá: BID.

Gutierrez, A. (2015). La crisis financiera del 2008. Una visión desde la macroeconomía del desequilibrio. *RES NON VERBA*, 116.

Hamel, G. (2011). El futuro de la administración.

Hansé, F. (2010). Quito: CERES.

Heritage Foundation. (2017). 2017 Index of Economic Freedom. Washington, DC: Heritage Foundation.

Hernández Sampieri, R. (l. 2007. 336 p.). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid (España): . McGraw Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Hernández, Fernández y Baptista . (2006). *Metodología de la Investigación*.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F.: McGraw Hill .

Hernández, R., Mendez, S., & Contreras, R. (2014). Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia. *Contaduría y administración* 59 (1), 229-257.

Herzberg, F. (1954). La Teoría de la Motivación-Higiene.

Herzberg, F. (2003). Una vez más : como motivar a sus empleados. *Harvard Business Review*, 3-11.

Hurtado, M. (2017). ¿Cuál es el origen del emprendimiento? Obtenido de <https://www.aulaclicks.com/cual-es-el-origen-del-emprendimiento/>

Industrias. (2016). Las industrias de bebidas se fortalece con inversión. *Vistazo*, 15.

INEC. (2014). Encuesta de superficie y producción agropecuario continua ESPAC 2014. Obtenido de Instituto

Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo 2010. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016). Reporte de Economía Laboral. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

Instituto Nacional de, S. (2012). Notas Técnicas de prevención. Primera Edición. Barcelona: : Editorial Series VZ.

Jácome, E. (13 de June de 2016). From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam. *El Comercio*, págs. 1-2.

Jiménez, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. *Energética*, 93-105.

Johnson G. y Scholes, K. (1996). Dirección estratégica. Madrid: Ed. Prentice Hall.

Jorge Palencia, I. B. (2007). La Gerencia de Proyectos de Responsabilidad Social. *ORBIS*, 69-72.

Kaplan, R., & Norton, D. (2005). Cuadro de Mando Integral. Madrid: : Gestion 2000.

Kaplan, R., & Norton, D. (2008). Estrategia Corporativa. Harvard Business School Press.

Klare, M. (2012). La geopolítica del gas natural. España: Papeles.

Kreps, D. (1990). Un curso de teoría microeconómica. Princeton : Princeton University Press, 120.

Krugman, P. (2008). Fundamentos de Economía. Barcelona: Editorial Reverté S.a+++A.

Kuschick, M. (2010). Marketing y comunicación política. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 41.

La Hora Nacional. (10 de diciembre de 2016). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.WS4YjfnyUk>

Lastra, F. (2006). Rendimiento Rentabilidad. *yirepa*, 15.

Lastra, X., Coloma, J., Espinossa, D., & Herrera, F. (2015). Las energías renovables en la actividad turística. *Innovaciones hacia la sostenibilidad*. Siembra, 086-094.

Lema, B. M., & Ferrer, M. (2016). The investigative training of teachers: An imperative for higher technological institutes in Ecuador. *Santiago*, 266-279.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2000). Quito.

Ley Orgánica de Discapacidades. (2012). Quito: Asamblea Nacional.

Líderes. (29 de Septiembre de 2014). El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento.

Líderes. (21 de Noviembre de 2016). El sector alimentos piensa en exportación.

Líderes. (11 de Enero de 2017). e trabaja para exportar más.

Líderes. (3 de Marzo de 2017). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.

Líderes. (11 de Abril de 2017). Un fondo de 10 millones de euros para Mipymes que apuntan a la Unión Europea.

Lima, M., & López, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Quito: CERES.

Littlechild, S., & Thompson, G. F. (1977). Teoría de Juegos y planificación de estrategias. *Campana Journal of Economics* vol . 8 , n° 1, 126.

Llano, L., & Mosquera, V. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad Nacional de Colombia.

López Mateo, C. (2010). Planeación Financiera en Mipymes de Industrias en Crecimiento: El Caso de los Laboratorios de Naturistas de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y



actividades de innovación en PYMES. México. UNAM. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>

López, A., Contreras, R., & Rubén, M. (2011). La RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario. Scielo, 261-283.

Lopez, E. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá. Universidad & Empresa, 9-35.

Lopez, J., & Maldonado, V. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the Eucation Ministry of Ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of Macas. Salesiana Academic Journal (Thesis), 23-107.

Lousteau, M. (2011). Economía en 3D. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.

Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). Games and Decisions. Wiley & Sons, 59.

Luna Tamayo, M. (2014). Educational policies of Ecuador, 1950-2010: State deeds and society's initiatives. UNED, 1-362.

Malhotra, N. K. (2016). INVESTIGACION DE MERCADOS. Mexico D.F.: Pearson Education.

Mallo, P. E. (2005). LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. Buenos Aires: Congreso Metropolitano de Ciencias Economicas.

Mankiw, G. (2012). Principios de Economía. México: Cengage Learning.

Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. Revista Universidad EAFIT , 80-87.

Manuel, F. (2001). Procesos estrategicos y Implicacion para el Rendimiento. Revista Anual, I(38), 116.

MCCTH. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . EcuadorUniversitario, 1-2.

Meier, P. (2014). Leveraging Uncertainty: A Practical Approach to the Integration of Responsible Innovation through Design Thinking.

Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Mèndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. Mexico: Mc Graw Hill 3era Edición.

Mendoza, M. (11 de Diciembre de 2016). Un viaje al origen del 'boom' bananero. El Comercio.

Merino, L. (2012). Las energías renovables. España: Energías Renovables para todos.

Ministerio Coordinador de la Producción, E. y. (2014). Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador-espaniol.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Más de 100 MIPYMES cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de MCE. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Fomento de las pymes ecuatorianas. Guayaquil-Ecuador: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2012). Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. La Habana: Instituto de Estudios e Investigaciones del trabajo.

Ministerio del Trabajo. (2015). Seguridad y Salud en el Trabajo. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.

MIPRO. (2012). Alternativas de financiamiento a traves del mercado de valores. Ministerio de Industria y Productividad.

Mira, M. (2012). La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: uncampo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores. Esapaña.

Moliner. (2012). relacion con el rendimiento y rentabilidad en empresas. *Papersdeturisme*, 75.

Morla, M. (12 de febrero de 2006). Cacao ecuatoriano glorias de siempre. El Universo.

Mujica, M., & Perez, I. (2007). Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad. *Revista de Educación*, Año 13, Número 24, 290-304.

Murillo, D. (2007). Rescatar la economía económica de Adam Smith. En *Ética, Economía y Empresa* (pág. 39). Barcelona: Gedisa.

Murillo, D., & Arnau, G. (2007). *Ética, Economía y Empresa*. En *La dimensión moral de la economía* (pág. 84). España: Gedisa S.A.

Naciones Unidas. (2000). Declaración del Milenio. Nueva York: Asamblea General.

Nadal, A. (2002). Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México. México: Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.

Narváez Licerias, A. (2017). *Finanzas Corporativas y estudios de casos*. Lima: Macro EIRL.

Navarrete, J. (2012). *Política Económica*. México: Red Tercer Milenio S.C.

Navarro, E. (2008). Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción. *Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización*, 1917-1927.

Noblejas. (2012). Obtenido de *Página 7 Comunicación S.L. C/ Noblejas, 5 Bajo - 28013 Madrid*

OCDE. (s.f.). Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>

OCDE/CEPAL/CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*. Paris. Francia. OECD . Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>

Ochoa Setzer , G. (2012). *Administración Financiera*. Mexico: McGraw-Hill.

OEI. (2016). *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura*. Recuperado el 2017, de [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)

Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *La transición de la economía informal a la economía formal* . Obtenido de Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)

Ordiz, M. (2001). Rendimiento. *Dialnet*, I(45), 252.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2015). *Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca*. Roma, Italia: FAO.

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)

Ortega, A. (2016). *Semblanza del Dr. Rodrigo Borja Acto de Investidura Doctor Honoris Causa*. Guayaquil.

Owen, G. (1968). *Game Theory*. Philadelphia: Saunders.

Pacheco, L., & Pacheco, R. (2015). *Evolución de la educación superior en el Ecuador. La Revolución Educativa de la Universidad Ecuatoriana. Pacarina del Sur*.

Páez, T. (2009). *Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de*. Universidad de Valencia, 1-14.

Paladines, C. (2015). *Prospects for change in Basic Education and High School. Ecuador: 2007-2013. Praxis Educativa*; vol. 19, 3452.

Palma, S. (2000). *Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias*. *Revista de Investigación en Psicología*, 11-21.

Pardo Granizo, M. A. (2013). *Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro. Milagro. Ecuador. UEM*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>: <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>

Patricio Peña, presidente del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa (IEGC). (28 de junio de 2017). El Gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial. Fundación Corresponsable.

Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Jeremy, D., Rebecca, L., Maitlis, S., y otros. (2005). Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation. *Journal of Organizational Behavior*, 379–408.

Pérez, R., & Carrillo, B. (2000). *Desarrollo local: manual de uso* (2da. ed.). Madrid: ESIC.

Pino, J. (2007). *Alto Rendimiento*. Andrews, I(28), 60.

Producción, R. a. (2014). [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec). Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf>

Programa Formación de Formadores en RSE. (s.f.). Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?

Pronaca. (2015). *Memoria sostenible de ser Pronaca*. Guayaquil.

Quijije, B., & Verzosi, C. (2017). Ecuador: Desarrollo local y emprendimiento. En C. Ronny (Ed.), *Perspectiva del desarrollo regional sustentable en Ecuador* (págs. 47-66). Loja: Ediloja Cia. Ltda.

RAE, R. (2017). *Diccionario de Lengua Española*. Obtenido de Estabilidad: <http://www.rae.es/>

Ramírez González A. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*.

Ramírez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). La Motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tubería de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 143-148.

Ramos Ferrin, V. L. (2006). *AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005*. Guayaquil.

Ratzel, F. (1902). *La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida*. Alemania.

Real Academia Española. (29 de junio de 2012). *Diccionario*. Obtenido de Sitio web de la Real Academia de la Lengua: <http://www.rae.es/>

Red de Firmas (PwC). (2016). *Informe del King IV sobre Gobierno Corporativo™ para Sudáfrica 2016*. Sudáfrica: PwC.

Reinoso, H., & Aranceda, B. (2007). Diseño y validación de un modelo de medición del clima basado en percepciones y expectativas. *Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre*, 42.

Rentería, E. (2004). *Empelabilidad: una lectura psicosocial*. Seminario Los Trabajos de la Globalización. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.

Restrepo, L., & Gonzalez, J. (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias*, 183-192.

*Revista Ekos*. (06 de 2015). *ekosnegocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>

*Revista Ekos negocios*. (2011). Conformación de la Norma ISO 26000. En *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).

*Revista Ekos negocios*. (2011). ELCAFÉ y su responsabilidad social. En [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com) (Ed.), *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 68-69). Ecuador.

*Revista Ekos negocios*. (2011). Nestlé: Creación de valor compartido. En *Empresas con Responsabilidad Corporativa* (págs. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).

*Revista Ekos negocios*. (2017). *Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB*.

*Revista Líderes*. (2015). *La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador*. Obtenido de *Revista Líderes*: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>

Reyes, P. (2016). *Combustibles fósiles y contaminación*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

- Rio, M. d. (2013). Relacion entre rentabilidad y rendimiento . *Economia* , 73.
- Rios, M. F. (2007). Procesos de Rentabilidad en una Organizacion. *Psicothema*, I(8), 102.
- Rodríguez Puente, E. (enero de 2005). Boletín Técnico. Obtenido de [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL\\_08\\_05\\_MTY\\_FC.PDF](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL_08_05_MTY_FC.PDF)
- Rodriguez, D. (2005). Diagnóstico Organizacional. Buenos Aires: Editorial Alfaomega.
- Rosero, R., Bermúdez, J., Gómez, G., García, M., & Reyes, I. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 267-284.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). *Finanzas corporativas*. Mexico: McGraw-Hill Companies.
- Rubio Domínguez, P. (2008). *Inreoducción a la Gestión Empresarial*. Madrid: INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.
- Rubio, P. (2007). Manual de Analisis Financiero. *Derecho y Economía*, I(2), 10.
- Sack, R. (1986). *Human Territoriality: Its theory and history*. Cambridge University : Press.
- Salgado, J., Remeseiro, C., & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. *Psicothema* , 329-335.
- Samuelson, P. (2001). *Macroeconomía*. Décima sexta edición. Barcelona: Mc. Graw Hill.
- Samuelson, Paul y Nordhaus William,. (2005). *Economía*. Mexico: McGraw -Hill. 18.a.ed.
- Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *researchgate.*, 50-62.
- Sánchez, J. (Noviembre de 2015). Tesis de maestría . Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano en Ecuador. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Ciencias Económicas.
- Santos, M. (1994). *O Retorno do Território*. São Paulo: Hucitec-ANPUR.
- Sarmiento, S., & Montoya, J. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.
- Sashkin, M. (1996). El Cuestionario MbM Gestion por motivación.
- Satterthwaite, M. A. (1975). *Economía, aplicacion de estrategia en la teoria de juegos*. *J. Econ. Theory*, 187-217.
- Schotter, A., & Schwodiauer, G. (1980). *Economía y Teoría de Juegos*. *diario of Economic Literature*, 89.
- Secretaria de Relaciones Migratorias y Consulares. (Julio de 2007). *Política Migratoria del Ecuador*. Obtenido de <http://www.refworld.org/pdfid/49002e312.pdf>
- Segovia, F. (Noviembre de 2016). Sixto Durán Ballén, el señor Presidente. *El Comercio*.
- Semplades, S. (2013). *Plan nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Semplades.
- Senge, P. (2003). *La Quinta Disciplina, El Arte y la Práctica de las Organizaciones que Aprenden.* . Currency.
- Serrano Carmona, A. (25 de October de 2015). 47% of working children in Ecuador, in risk situations. 'La Hora', págs. 1-3.
- Shubik, M. (1987). *Game Theory in Social Sciences*. Massachusetts: MIT Press.
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. Londres: Alianza.
- Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. (1990). *Economía*. España: MacGraw-Hill, Pag. 3.
- Stieler, U. (16 de Julio de 2014). Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>
- Stiglitz, J. (2002). *El malestar en la globalización* (1era ed.). España: Litografía Losés S.A.
- Superintendencia de Compañía del Ecuador. (2011). Superintendencia de Compañía del Ecuador. Obtenido de [www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)
- Tafur, G. (2016). Impact of New Policies of Higher Education in Universities and Polytechnic Schools of Ecuador. *Business Magazine*, 27-34.
- Talledo, M., & Solòzano, D. (2013). Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Tarantino , S. (16 de 06 de 2012). De gerencia. Obtenido de

<http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de-indicadores>

Tedesco, J. C., & Lopez, N. (2002). Secondary Education challenges in Latin America. CEPAL Magazine, 55-69.

Tirole, J. (1988). La teoría de juegos en la organización industrial. Cambridge: MIT Press.

Tomalá, M. (2003). Terminos Económicos. Manta: Análisis Ediciones.

Topanta Vera, M. I. (2010). Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Guayaquil, Guayas, Ecuador:: Escuela Superior Politecnica del Litoral.

Toro, F. (1996). Clima Organizacional y Productividad . Temas de administracion, 66-72.

Torres, R. M. (1990). Alfabetización de adultos en América Latina: Problemas y Tareas. Quito: Ciudad Centro de Investigaciones.

Transparency International. (2017). Transparency International. Recuperado el 24 de abril de 2017, de [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)

UNESCO. (1988). .

UNESCO. (2006). El currículo a debate. PRELAC Proyecto regional de educación para américa latina y el caribe, 1-160.

UNESCO. (2014). . MARCO DE ACCION PRIORITARIA.

Universidad Técnica de Machala. (2017). Reglamento de Elecciones y Referendo Reformado Abril 2017. Machala: Secretaría General.

Universidad Técnica de Machala. (2017). Resoluciones . Machala: Consejo Universitario.

Valdez, A. (2015). Elaboración de un manual de procedimiento de Seguridad e Higiene del Trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construcción de obras civiles en la empresa FAGA de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/UPS-GT001284.pdf>.

Valdez, A. (s.f). Influencia del Rendimiento. Dialnet, II(28), 46.

Vallaes, F. (. (2003). La etica y moral en las instituciones.

Van Horne C., J. W. (2010). Fundamentos de Administración Financiera (Decimotercera edición ed.). México, México: Pearson Educacion.

Vásquez, H., & Dacosta, O. (2007). Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas. Ingeniería Investigación y Tecnología, 249-259.

Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. C., & Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2, No. 2, 429-349.

Véliz, J., & Díaz, S. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. Universidad ESAN, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.

Villacís, M. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: Universidad Casa Grande.

Villar, L. (2007). Estado de derecho y Estado social de derecho. Revista Derecho del Estado,, 10(20), 73-96.

Vinogradoff, L. (05 de 04 de 2014). Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano Leopoldo López. ABC International.

Vistazo. (2016). La industria de bebidas se fortalece con inversión.

Viteri Díaz, G. (2006). Education situation in Ecuador. Latin American economy Observatory, 1-24.

Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de latinoamerica. Washington.

Wateryear. (2007). Obtenido de [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007

world bank group. (2006). ¿Qué es RSE?

Yakumuseoagua. (2008). Obtenido de [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008

Zavala Egas, Z. (1999). Corrupción política: El caso del Ecuador. Corrupción política: El caso del Ecuador. Guayaquil.

# CAPÍTULO II

## POLITICA AGRÍCOLA



# La producción Nacional, de lo agrícola hacia el servicio: Caso Ecuador (2008-2016)

**Econ. Mauro Carlos Tapia Toral MSc**

Universidad de Guayaquil  
mauro.tapiato@ug.edu.ec

**Econ. Gustavo Salazar Bustos MSc**

Universidad de Guayaquil  
salazarba1@hotmail.com

**Ing. Francisco Arias Larrea , MBA.**

Universidad de Guayaquil

## Resumen

La producción de una nación corresponde a un conjunto de procesos para la elaboración de productos, servicios y relaciones sociales, diseñados por un patrón especializado, orientado por políticas gubernamentales, el objetivo de la presente investigación es mostrar como la evolución dentro de las economías latinoamericanas, particularmente el caso Ecuador, han sufrido en su producción, pasando de lo agrícola en favor del sector servicios. Se realizó un análisis fundamentado en la metodología de tipo Correlacional-Descriptivo, con el método histórico lógico, analizando las variables: opción de formación académica por tipo de industria, evolución de los sectores productivos medidos por el Producto Interno Bruto y las exportaciones netas, resultantes de las publicaciones realizadas por el Banco Central del Ecuador. Se constató que existen tendencias micro y macro económicas, orientadas a la oferta y demanda de actividades relacionadas al servicio, se evidencia que pese a ser la región abundante en recursos naturales, el sustento económico se basa en la generación de riqueza derivada de las actividades relacionadas al servicio, lo que pone en manifiesto la necesidad de estimular oportunidades de progreso que generen emprendimiento para el desarrollo productivo de industrias primarias y secundarias que se deriven en riqueza para cualquier Nación.

**Palabras claves:** sistema económico, producción, servicios, desarrollo sostenible.

## Abstract

The production of a nation corresponds to set of processes for the production of products, services and social relations, designed by a specialized pattern, oriented by government policies, the objective of the present investigation is to show how evolution Within the Latin American economies, Particularly the Ecuador case, made suffered in their production, moving from agriculture to the service sector, It has been made at an analysis based on the methodology of correlational-descriptive type, with the logical historical method, analyzing the variables: option of academic training by type of industry, evolution of the productive sectors measured by the gross domestic product and net exports, results of the publications made by the Central Bank of Ecuador. It was found that there are trends micro and macroeconomic, oriented to the offer and demand of activities related at services, it is evident that, despite being the region abundant in natural resources, the economic sustenance is based in the generation of wealth derived from the activities related to the service, what makes manifest the need to stimulate opportunities for progress that generate entrepreneurship for productive development of primary and secondary industries, will become in wealth for any Nation.

**Keywords:** Economic systems, production, services, sustainable development.



## Introducción

A nivel global las tecnologías han incursionado y generado el desarrollo de las industrias, por medio de las cuales se han marcado las distintas épocas de la sociedad, es así que las naciones Latinoamérica como el Ecuador desde sus inicios republicanos, la producción se basó a través de los recursos primarios, como el cacao, banano, café, atún, flores, camarón entre otros similares, que se obtienen directamente de la naturaleza y cuya comercialización no involucra mayor transformación o valor agregado. Es así que ciudades latinoamericanas como Rosario en Panamá, Quito en Ecuador, la Habana en Cuba, México DF, Antigua y Barbuda, Tegucigalpa en Honduras, Managua en Nicaragua, Lima en Perú, El Alto en Bolivia, Belo Horizonte en Brasil, entre otras se destacan por la agricultura urbana (BBC MUNDO, 2014).

Las actividades agrícolas en Ecuador contribuyen a la generación de capital que permite movilizar a la industria secundaria, sin embargo, las estructuras agrarias ecuatorianas aun no alcanzan niveles que les permitan transformar sistemas agroindustriales que generen sinergia financiera y comercial, donde el crecimiento económico se ve influenciado por la productividad que en materia agrícola se desarrolla a nivel estatal vía oferta de producción y exportaciones agrícolas, así, las políticas sectoriales industriales afectan negativamente al sector agrícola, afligiendo de manera importante a los recursos que se movilizan en estas secciones.

Dentro del sector productivo en Latinoamérica, el sector productivo se enmarca por niveles claramente diferenciados que corresponden a: El sector exportador, quien dinamiza el sistema, generalmente aislado, el antiguo sector moderno, diseñado para la sustitución de importaciones, integrado por pequeña, medianas y hasta grandes industrias, generalmente separadas del sector exportador y dependientes del mercado interno, y los sectores atrasados, compuestos por actividades urbanas y rurales de tipo tradicional e informal. (Eugenia Correa, 2008).

En el caso ecuatoriano los recursos primarios dieron sustento a su desarrollo económico desde sus inicios, es así que a partir de los años 70, con el boom petrolero, el sistema de la matriz productiva se modifica, pasando de una producción agrícola una industrial, pero fundamentada en un recurso de tipo natural, comercializado sin mayor valor agregado.

El sector agrícola dentro de las ciencias económicas ha manejado intensos estudios debido a la generación de riqueza que esta actividad produce, es así, que los enfoques van desde los Fisiócratas, pasando por Smith y Ricardo, Marx para llegar a pensamiento empresarial de Walrás y la corriente neoclásica.

Para los Fisiócratas la agricultura era la única fuente de riqueza que orientaba las acciones de toda actividad productiva económica. En 1776 Smith incluye las variables: tierra, el trabajo y el capital son considerados como factores de producción siendo el trabajo quien aportaba la construcción del valor, luego en 1821 Say manifiesta en sus estudios económicos que el factor clave de crecimiento económico se basa en la producción agrícola manejando los conceptos de demanda para los productos.

En 1818 Ricardo surge el concepto de salario, utilidad y renta que variaban en definición en función de: fertilidad de suelo, acumulación de capital, población, instrumentos y herramientas agrícolas.

Así la producción agrícola y las relaciones sociales permiten reinvertir generando acumulación de capital. Para Malthus (1820), la interrelación económica en el sector agrícola era vital a través de la producción alimenticia. Es así que Marx incorpora el capital a la tierra, dando un papel protagónico al trabajador agrícola, donde los

sistemas socioeconómicos e históricos-políticos permiten obtener bienestar y riqueza. (Cardona, 2009).

A finales del siglo XX la racionalidad del capital en relación a la organización interna del trabajo no está regida en las unidades económicamente productivas, la relación capital – trabajo no es predominante en Latinoamérica vista en su conjunto. La mayoría de los proyectos que emanan del sector agrícola deben de incluirse dentro del marco del sistema de intercambio globalizado, donde el desarrollo territorial rural permita expandir las explotaciones agrícolas que manejes características básicas de: explotación a gran escala, alta rentabilidad, sostenibilidad.

La economía agrícola latinoamericana sufre conflictos de desarrollo a causa del escaso flujo de financiamiento, niveles bajos de investigación y desarrollo tecnológico y débil institucionalidad lo que resulta en que sea considerado un sector sensible, como lo expone Carrasco (2008), esto debido:

- El elevado número de trabajadores que desarrollan actividades relacionadas a la agricultura.
- Las condiciones de pobreza que rodean a los productores primarios.
- Las políticas agrícolas proteccionistas que en cierta forma excluyen la posición en mercados internacionales.
- Los términos de intercambio comercial que mantienen un nivel bajo de precios mundiales, principalmente por las barreras de arancelarias y desventajas competitivas por subsidios otorgados en las naciones que constituyen la competencia en la comercialización de los productos ecuatorianos.

Es importante mencionar que, aunque Latinoamérica es poseedor de casi el doble de las tierras agrícolas per cápita de todo el planeta, la concentración de la propiedad de la tierra redundan en que los predios agrícolas de mediano y gran tamaño concentren la mayor parte de la producción. (Anderson & Valenzuela, 2010).

El desarrollo de la economía y la constante evolución de un mundo globalizado, matiza los estilos de desarrollo de las naciones, donde cada país aprovecha sus fortalezas y ventajas comparativas para poder competir en el mundo globalizado. Latinoamérica al ser poseedor de espacios naturales generadores de riqueza de origen natural y primario, y en particular el Ecuador, país que al estar ubicado en el trópico goza con diversidad de condiciones geográficas que permiten el obtener recursos naturales, lo que le permite poseer de un sector agrícola que maneja un complejo espacio de relaciones sociales que constituyen uno de los pilares donde descansa el desarrollo de la nación.

Invertir en agricultura no solo incrementa la productividad de ese sector, y que además genera fuentes de trabajo y como valor agregado promueve el mejoramiento de la sostenibilidad ambiental. Al ser voluminosos y perecederos, los productos agrícolas se enfrentan con el problema que implica los riesgos de recuperación de la inversión, por lo que es de vital importancia el establecimiento de una política de incentivos que surjan de un entorno legal que fomente la agroindustria y que establezca como meta la firme convicción de convertirla en competitiva (Skoet, Anríquez, & Carisma, 2012).

A pesar de conocerse las ventajas que ofrece este tipo de inversión en la economía no hay una fuerte decisión por incrementar los niveles destinados a la promoción de mejores y mayores actividades agrícolas; la sostenibilidad que deriva del gasto público no alcanza a cubrir las expectativas anheladas en función de productividad y reducción de la pobreza. Por lo cual surge la interrogante, de que pese a existir un potencial agrícola en la región y en particular tomando el caso Ecuador, la capacidad productiva, emprendimiento e innovación se fundamenta hacia otros sectores como el de servicios, donde las iniciativas para crear cadenas de valor se orientan a sectores no tradicionales.

De ello surge evidente que invertir en agricultura no solo implica destinar capital, sino que incluye también emprender acciones sostenibles que sean manejadas por instituciones que fomenten el desarrollo, investigación e innovación de las capacidades humanas destinadas a este sector.

La escasez de activos constituye un factor que limita el crecimiento y la productividad agrícola, y que da paso a problemas de orden social como la contratación de trabajo ilegal, inmigrante e infantil, con el propósito de abaratar costos. La oferta agropecuaria regional está dominada por bienes que no aportan con valor agregado y aunque se hace uso de mayores niveles tecnológicos el componente de innovación, investigación y desarrollo es bastante limitado (Acosta, 2010).

### **Metodología**

La investigación de tipo explicativa, se basa en el método deductivo, con un enfoque cuantitativo, cuyo análisis, enmarca el planteamiento de la realidad del sector productivo del Ecuador en su contexto natural, observando las evoluciones de los indicadores macroeconómicos como: el Producto Interno Bruto (PIB), las decisiones de formación académica de la población ecuatoriana, según el área del conocimiento optado para cada sector productivo, y el desarrollo de las Balanza comercial, considerando las correlaciones que existen ellos. Para describir el comportamiento de las variables se utilizó las técnicas de inferencia estadísticas de análisis de correlación lineal, por medio del software SPSS versión 1.7 y Excel 2013.

### **Hipótesis, variables de estudio y alcance**

El país en los últimos años, desde el 2010, presenta una crecimiento promedio del 3.76% (Comisión económica para América y el Caribe (CEPAL), 2016), Por lo cual se conoce tradicionalmente que el Ecuador es un país agrícola que no aprovecha su potencial, (Javier Ponce Cevallos, 2016) de lo cual se plantea la hipótesis el siguiente razonamiento: La economía ecuatoriana se sustenta principalmente en la producción agrícola que en la oferta de servicios en general.

Para ello se estableció como variables, posibles causas que expliquen el planteamiento.

- La evolución de los sectores productivos del país, medidos por la producción de las industrias, expresado en miles de dólares.
- Las opciones de formación académica, seleccionadas por la población ecuatoriana donde se identifica las preferencias de las decisiones de producción de la población,
- La evolución y desarrollo de las exportaciones netas.

El alcance del presente estudio abarca a los registros de las cuentas nacionales publicadas por el Banco Central del Ecuador, con año base corresponde al 2007, actualizadas hasta el 2015, y el total de titulados en el país en los niveles de tecnología, pregrado y postgrado que se desarrollaron durante los períodos desde 2010 hasta el 2016.

Para ello se consideran los registros de las Cuentas Nacionales concernientes al PIB, Balanza Comercial, así también se evalúa el total de titulados en el país en los niveles de Tecnología, Pregrado y Postgrado, para las distintas áreas de conocimiento dentro del período 2010-2015.

### **Resultados**

La reforma agraria fue el medio a través del cual resulto ser más atractiva la agricultura desde la perspectiva de

campesino rural, contrarrestando al menos como objetivo básico el problema que causaba la migración rural. Así, la expansión agrícola creció con requerimiento de capital limitado lo que incidió en el establecimiento de industrias relacionadas no solo con las materias primas sino también con industrias básicas alimenticias. Pero para continuar con un crecimiento sostenido en el sector era necesario inversiones fijas de capital junto con la inclusión de tecnologías diversas que generen rentabilidad en el sector agrícola (Rosales, Apaza, & J., 2004).

Son las exportaciones agrícolas de Latinoamérica para la década de los 50 del siglo pasado que lograron ganar una importante participación de mercado europeo, pero no fue lo suficiente como para cubrir las necesidades industriales, convirtiéndose en incapaz al sector de mantener una sostenibilidad económica que sustente la economía a nivel país, incluso de los países por excelencia agrícolas.

Por ellos los gobiernos latinoamericanos incentivan los créditos subsidiados para las compras de equipos, maquinarias, herramientas e insumos agrícolas, junto con capacitación (investigación, desarrollo e innovación agrícola) para propender a incrementar la producción que tuvo sus primeros resultados para mediados de los años 1970, donde la figura del “capitalismo agrario”, así a fines de los años 1900 la mejora de calidad de las semillas se incrementó en un 90% con relación a los años sesenta.

Así el sector agrícola unido a la estructura industrial incide directamente en el crecimiento país. Se ha determinado que los agricultores pequeños requieren incentivos económicos en relación a su producción por lo que se puede no solo diversificar la producción agrícola sino también la distribución de la riqueza, pero sin productividad industrial no es posible la acumulación del capital, dando paso al uso de recursos en los diversos sectores económicos, es decir, fortalecer la cohesión económica dinamizando las actividades productivas integrales de un país. Como denominador común Latinoamericano se tiene que a pesar de la riqueza agraria que la naturaleza le ha otorgado la estructura agrícola no construye un crecimiento equitativo (Kay, 2002).

Tomando en cuenta lo que la base de datos estadísticos de alimentación y agricultura más grande del mundo generada por la Organización de las Naciones Unidas, FAOSTAT, las comparaciones con la producción agrícola internacional (las que incluso incluyen a la ganadería) entre el 2002 y el 2007, indican que el volumen de la producción agrícola mundial se incrementó en un 13% en Américas 14,3% y en Asia 18,5 por ciento.

Los servicios aportan más del 60% del Producto Interno Bruto, este sector que se caracteriza por el desarrollo de actividades de labores materiales no productoras donde destacan actividades turísticas, servicios profesionales, software, transporte, telecomunicaciones, servicios financieros, ingeniería y construcción, constituyendo una actividad económica que de una u otra forma ha generado la producción de empleo en aproximadamente cerca de 2 millones de empleos en el país, según cifras del BCE y en el mundo da trabajo al 54% de la población.

**Figura 1.** Proyecciones del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) sitúan en alrededor de quinientos cincuenta millones de dólares el rubro que maneja el sector servicios para el año 2020 a nivel mundial.



En un mundo de economía globalizada las ventajas que ofrece los acuerdos comerciales que se derivan de la explotación de los recursos propios de la naturaleza que son fuente de la generación de riqueza permiten construir procesos productivos que condicionan el cambio de la estructura económica productiva y su modernización.

El sector servicios se ha constituido en el más dinámico a nivel de comercial porque genera talento humano y conocimiento siendo más fuerte frente y menos vulnerable frente a las crisis económicas.

En materia de desarrollo del sector servicios dentro del Plan Nacional del Buen Vivir el dialogo permanente a nivel público y privado va en busca de 3 frentes:

- Internacionalización de empresas basadas en 7 subsectores identificados, a saber: software, logística, construcción, publicidad, audiovisual, consultorías, enseñanza.
- Diseñar mecanismos para medir la exportación de servicios propendiendo los incentivos para que las exportaciones cuenten con el registro dentro del sector privado.
- Desarrollar estrategias de internacionalización de servicios que el Gobierno Ecuatoriano maneja a través de PROECUADOR.

Así, Ecuador tiene como meta exportar servicios que contribuyan a la internacionalización de la sociedad del conocimiento y al cambio de la matriz productiva.

La situación de servicio en el Ecuador maneja 3 tipos de necesidades: (1) necesidad de sistema de medición y registro, (2) Necesidad de políticas públicas que fomenten los servicios y (3) Necesidad de estrategias específicas para servicios.

Algo que ocupa un lugar de relevante importancia es la creación de capacidades especializadas en servicios en las instituciones competentes para la internacionalización del sector.

Así, el sector servicios empuja el fortalecimiento del talento humano para lo cual se establecen acciones prioritarias destinadas a promover la oferta de carreras afines a los sectores de servicios con potencial exportador

que de una u otra forma potencien el sector agrícola e industrial del país.

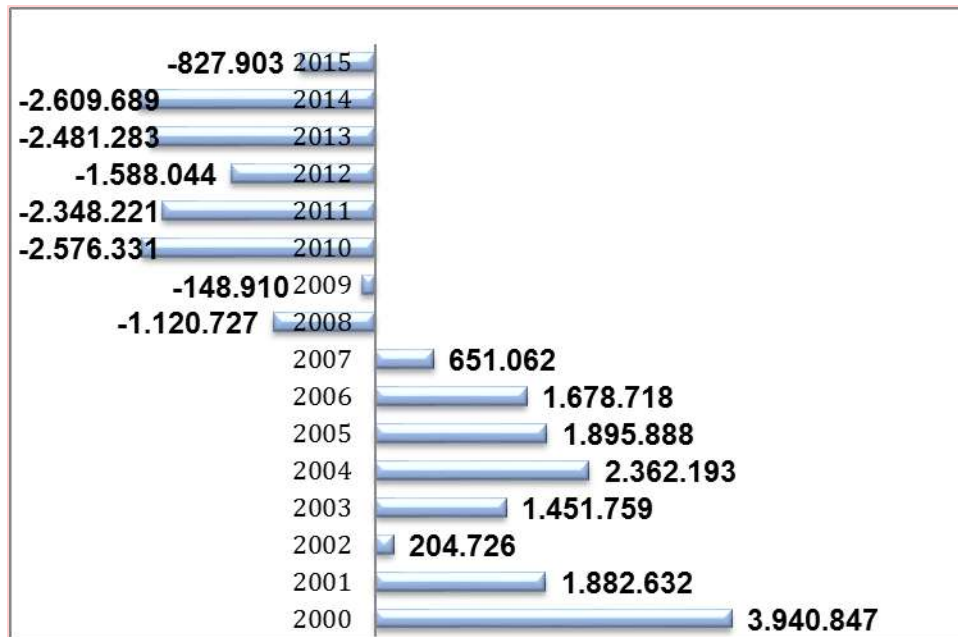
### **Evolución y desarrollo de las exportaciones netas**

Históricamente el desarrollo de la economía del Ecuador se ha basado en la producción agrícola, según reportes publicados por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, es así que “hasta la actualidad, el sector agropecuario es uno de los principales motores de la economía ecuatoriana con enorme importancia económica y social” (Javier Ponce Cevallos, 2016, p. 99), donde para evidenciar el grado de ponderación, a continuación se analizan la evolución de las exportaciones netas.

Si bien es cierto el período analizado abarca desde el 2010, para medir la evolución de esta de las exportaciones netas, se considera el factor monetario, que al comienzo de la implementación del dólar como moneda de uso legal, proporcionó al país una ventaja comparativa, debido a la diferencia en los niveles de precios, lo que facilitó el aumento de las exportaciones durante sus comienzos. (Larrea, 2004).

Es así, que conforme se actualizaron los niveles de renta per cápita, y se ajustaron los costos de producción de bienes y servicios ofertados por la nación, estos gradualmente mermaron el nivel de superavit, registrado continuamente desde el 2000 hasta el 2007, inclusive en el 2002, año en que se registró un estancamiento de la demanda internacional del banano y una caída en los precios internacionales del principal rubro de exportación después del petróleo (Maldonado, 2004).

**Figura 2.** Evolución de las exportaciones Netas, (Valor expresado en miles de USD).



**Fuente:** Banco Central del Ecuador.

**Elaboración:** autores

Históricamente en el Ecuador, la principal fuente de ingreso desde los años 70 se basa en el petróleo, por tal razón se considera para el análisis la variación de sus precios internacionales, cuyo impacto en la economía representa un rubro importante de financiamiento del presupuesto general del Estado, que han pasado de un mínimo de 24,70 USD por barril en el 2000 hasta un máximo de 98,50 USD en el 2012, y registrarse en 53,72

USD terminado el 2016 (Banco Central del Ecuador, 2016).

A partir del 2008 la balanza comercial empieza a desarrollar saldos negativos constantes, llegando a su nivel más deficitario en el 2014, 2.6 mil millones de USD, debido principalmente a las necesidades de los sectores productivos del país, agrícola, construcción, industria en general y prestación de servicios tales como: comercios de bienes tangibles al por mayor y menor, hoteleros y relacionados al turismo, transporte, almacenamiento, comunicaciones, de intermediación financiera, alquiler, manejo administrativo y profesional.

Al interrelacionar la evolución de las ventajas comparativas y las volatilidad del precio del petróleo se observa que el desarrollo de la masa productiva del país, se sustenta en la importación de de productos, bienes o servicios, que dentro de la producción nacional son comercializados o transformados en bienes y servicios, lo que refleja la necesidad de innovar la gestión de la matriz productiva, incursionando en distintas plazas que generen valor agregado y permitan la sustitución selectiva de importaciones por producción nacional.

### **Evolución de los sectores productivos**

Es de conocimiento general, que la base de producción y generación de riqueza en el Ecuador se fundamenta en la producción agrícola, a través de exportaciones de bienes primarios y en estado natural de productos como: café, cacao y banano, y a partir de 1973, la generación de riqueza se compartió con la producción petrolera, es así como Ponce (2016), y otros autores de la Secretaría Nacional de Planificación y desarrollo, (2012) ponen de manifiesto de las necesidades productivas del país, enmarcándose en las característica de la economía ecuatoriana, orientada desde sus inicios en la producción de materia prima los cuales son susceptibles a constantes cambios en los precios internacionales de los bienes primarios como son: cacao, café, banano, maíz, en el los períodos 2002, 2004 2006, 2008, 2010, 2012, así como también as flores en el 2015.

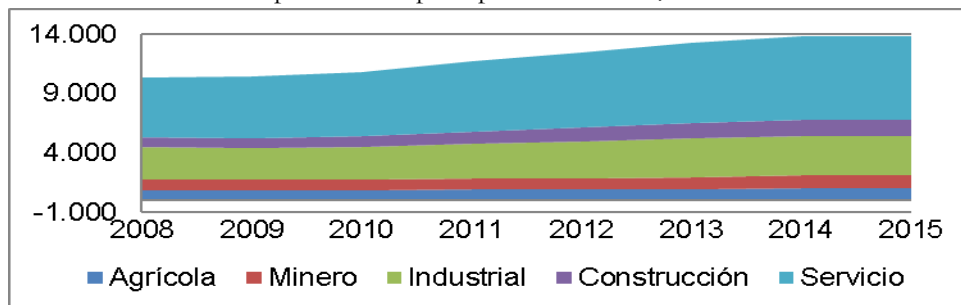
Estas variaciones constantes generaron la iniciativa de la modificación de la matriz productiva, a fin de generar una especialización productiva que permita desarrolla producción con mayor valor agregado, basándose en el interés de mejorar y tecnificar el nivel del conocimiento del talento de la población, orientado en las políticas del buen vivir (Secretaría Nacional de Planificación y desarrollo, 2012), enfocandose principalmente al razonamiento de que la producción y el mercado se basan en el ciudadano, por lo que se busca la soberanía nacional alimentaria, energética financiera (Leon, 2008).

Como es de conocimiento general, la sumatoria de los bienes y servicios finales producidos en una nación dentro de un ejercicio fiscal, deriva al cálculo del Producto Interno Bruto, en la economía ecuatoriana clasifica 18 tipos de industrias (Banco Central del Ecuador, 2016), de las cuales para sistetizar su análisis se agrupó en cinco sectores:

- Agrícola, que abarca a las actividades relacionadas a la agricultura, ganadería, caza y actividades de servicio conexas, silvicultura pesca y acuicultura.
- Minero, que se relaciona la explotación de minas y canteras, extracción de petróleo, gas natural, y minerales metálico y no metálicos.
- Industrial, que involucra a la fabricación, elaboración, procesamiento, refinación de productos, como cuero, madera, papel, petróleo, químicos, metálicos y no metálicos, maquinarias, equipos de transporte, e industria manufacturera.
- Construcción, que incluye los procesos de elaboración de estructura inmobiliaria, y

- Servicio, que incorpora los relacionados a labores del comercio al por mayor y menor, por conceptos de reparación de vehículos automotores y motocicletas, transporte, almacenamiento, comunicaciones, correo postal, alquileres, de desarrollo técnico, administrativo y profesional, administración pública, hogares, etc.

**Figura 3.** Evolución de sectores productivos por tipo de industrias, Fuente: Banco Central del Ecuador.



**Elaboración:** Autor

Una vez agrupados los sectores se observa, que desde el año 2008 hasta inicios del 2010, el desarrollo de la producción por industrias bordea los 11.000 mil millones, resaltando que la actividad de mayor concentración productiva se ubica en el sector de servicios con alrededor del 55%, seguido en menor proporción por el área industrial 18%, y el 27% restante distribuidos proporcionalmente entre las actividades relacionadas a la minería, construcción y agrícola.

A partir del 2010 la producción nacional empieza a crecer sostenidamente hasta ubicarse en 14.000 millones en el 2015, de lo cual resalta que el área de mayor evolución corresponde al de servicios, donde se incrementa su participación en el 2%, al pasar de 5500 millones en el 2008 a 6.000 millones en el 2015, en similar proporción crecieron los sectores industrial y de la construcción, mientras que el sector agrícola obtuvo un desarrollo marginal en el mismo período.

### **Decisiones de formación académica**

En el Ecuador, la evolución de la economía se basa en operaciones extractivistas industriales y agroindustriales, cuya fortaleza se basa en el desarrollo de la biodiversidad, innovación tecnológica e inversión del capital humano, a través de la interacción con el capital extranjero como medio de transferencias de conocimientos y experiencias que faciliten la asimilación de conocimientos y experiencias, así como también de instrumentos técnicos que permita el aumento de acciones más competitivas, dentro del marco político y jurídico del estado, que se manifiesten en un desarrollo de la productividad nacional (Palacios & Reyes, 2016).

Es así que dentro de la normativa institucional ecuatoriana establece que el estado proveerá los factores de producción e impulsará y apoyará el desarrollo y difusión de conocimientos orientados a procesos de producción, como también políticas de producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y energética con el fin de generar empleo y valor agregado. (Asamblea Nacional, 2008, art. 334). De igual manera se incorpora el Sumak Kawsay, donde la soberanía se enlaza a lo laboral, ecológico, alimenticio, intercultural y político, donde se enfatiza al capital humano como una responsabilidad del conjunto. (León I., 2010), así también la calidad de vida y el florecimiento saludable de todos en paz con la naturaleza y prolongación indefinida de las culturas humanas (Manosalvas, 2014).

Es así que el estado asume el rol en las políticas económicas sectoriales en el 2008, donde surgen las bases del



plan nacional del buen vivir, como estrategia nacional de largo plazo y pone en marcha el cambio de la matriz productiva a través del desarrollo de la sociedad basada en el bio-conocimiento, enmarcado en el sistema social, solidario y sostenible, donde la dinámica productiva adquiere un enmarque relacionadas al PIB que identifica las tendencias de producción y crecimiento, la actuación sectorial de tendencias extractivistas y pos extractivistas, el nivel de desarrollo científico, y los factores que inciden en la baja de producción del capital humano. Lo que en conjunto forma una sinergia entre las actividades tradicionales y la nuevas tendencias productivas no tradicionales, donde el dinamismo económico se centra hacia el sector turístico, servicios, manufactura, construcción y agrícola. (Álvarez, 2014).

Por tal razón se argumenta que existe un estrecha vinculación en las dinámicas relacionas con el PIB, la productividad del talento humano y sus tendencias de producción, y el desarrollo tecnológico orientados por su nivel de conocimiento, así como la búsqueda de alianzas estratégicas entre los sectores productivos públicos y privados. (Sánchez, 2014).

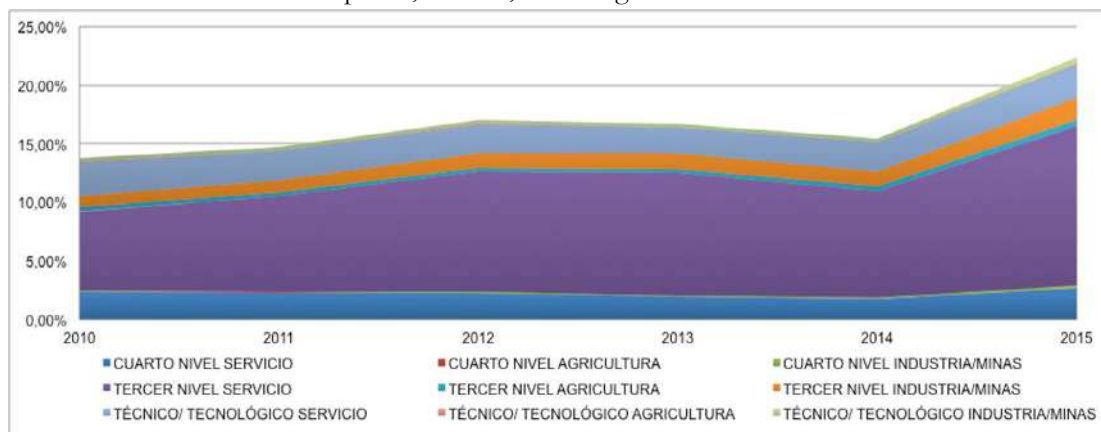
Es así que el talento humano se mide por el número promedio de años de escolarización de la fuerza laboral (Daniel Lederman, 2014), y por lo tanto es el recurso más importante en toda organización, así también autores como Idalberto (2002) indican que el capital humano puede realizar trabajos manuales o intelectuales que se aplican en áreas de trabajo como: la construcción, industria, minería, agricultura y servicios.

Es por ello que para este estudio se incluyen las decisiones de formación académica por sector productivo, que posiciona la determinación de emprendimiento e innovación que seleccionan los individuos, orientados por el desarrollo normal de producción en el cual se desenvuelven.

Por ello los componentes de los sectores agrícola, minero, industrial, construcción y servicio, para evaluar su correlación con las áreas del conocimiento se agrupan tres categorías:

- Los destinados a la oferta de servicios.
- Los dirigidos a producir bienes de naturaleza agrícola y sus relacionados.
- Los orientados a la producción, fabricación, procesamiento o elaboración de industrias, incluyendo las actividades de minería, petróleo, gases y similares.

**Figura 4.** Decisiones de formación académica por sector productivo, fuente: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación



**Elaboración:** autor

Los resultados muestran que la primera opción de formación académica se orienta a las actividades que se

derivaran en desarrollo de servicios, en los niveles técnicos, pregrado y postgrado, seguido de las actividades orientadas a las industrias, mientras que las decisiones perfeccionamiento del talento humano destinado al sector agrícola presentan una participación poco representativa.

Lo cual refleja que las decisiones de emprendimiento en el Ecuador, se orientan principalmente a las actividades relacionadas a labores de comercio al por mayor y menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas, transporte, almacenamiento, comunicaciones, correo postal, alquileres, de desarrollo técnico, administrativo y profesional, administración pública, hogares, etc., y evidencia que la potencialidades naturales de la economía ecuatoriana se muestran desahuciadas, por el escaso interés de la sociedad hacia su fortalecimiento.

**Análisis de correlación lineal entre sectores productivos del país y opciones de formación académica**

El coeficiente de correlación lineal es una medida que analiza la relación lineal entre dos variables cuantitativas (David Anderson, 2012), es decir, la medida de relación de dos variables, definida por la ecuación:

$$r_{x,y} = S_{x,y} / (S_x S_y)$$

Con lo cual, al enumerar todos los coeficientes de correlación simples de un conjunto de variables, se forma la matriz de correlación, misma que incluye las correlaciones de las variables analizadas. (Douglas Lind, 2012).

La variable evolución de sectores productivos se reagrupa de los cinco sectores planteados inicialmente a tres, que corresponden a: (1) Agrícola, quien abarca los componentes relacionados a la agricultura, ganadería, caza y actividades de servicio conexas, silvicultura pesca y acuicultura. (2) Industrial: que incluye los componentes minero e industrial y (3) Servicios.

Una vez, homogenizada las variables decisiones de formación académica y evolución de sectores productivos, se elabora la matriz de correlaciones para analizar la relación que existen entre cada una de las variables relacionadas a los sectores de formación superior y el PIB agrícola, industrial y de servicios.

**Tabla 1.** Correlaciones entre el PIB y Educación por sector

	PIB Agrícola	PIB Industrial	PIB de Servicio
Educación en sector de Servicio	73.04%	65.91%	64.70%
Educación en sector agrícola	60.55%	46.79%	45.12%
Educación en sector industrial	75.98%	65.91%	65.08%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador.

**Elaboración:** autores

Como era de esperarse, para todos los casos, los resultados reflejan que existe una relación directa y positiva entre el nivel de formación del talento humano y su aporte productivo al país, lo cual refleja los siguientes resultados:

- Un aumento en las formación del talento humano hacia el área de servicios, aportará con un aumento en el PIB agrícola del 73.04%, industrial en 65.91% y de servicios en 64.70%.
- Un incremento en las formación del talento humano en el sector agrícola contribuye a un crecimiento del PIB en el mismo sector por 60.55%, el industrial por 46,79% y el de servicios en 45.12%.

- Una extensión en las formaciones orientadas al sector industrial, proporciona un desarrollo del PIB agrícola del 75.98%, del industrial en 65.91% y de servicios en 65.08%.
- Es así que si se ahondan esfuerzo para incrementar las capacidades de la población para incrementar la producción agrícola se obtendrá como crecimiento del PIB agrícola del 69.85%; para el PIB industrial del 59.87%; y para el PIB de servicios 58.3%.

### **Conclusiones**

Los resultados analizados, evidencian las siguientes conclusiones que las necesidades de producción del Ecuador se orientan a la importación de recursos con valor agregado los cuales han generados saldos negativos en balanza comercial, lo que pone en manifiesto una correlación inversa entre las necesidades de producción para el crecimiento de la economía y el saldo de la balanza comercial.

La hipótesis La economía ecuatoriana se sustenta principalmente en la producción agrícola que en la oferta de servicios en general no corresponde a la realidad económica del país, ello se sustenta en que la distribución de la producción nacional se concentra con el 57% en actividades relacionadas al servicio (labores del comercio al por mayor y menor, por conceptos de reparación de vehículos automotores y motocicletas, transporte, almacenamiento, comunicaciones, correo postal, alquileres, de desarrollo técnico, administrativo y profesional, administración pública, hogares, etc.), mientras que la producción agrícola abarca alrededor del 7%, del total nacional.

Así también las desiciones de formación académica en el Ecuador ponen de manifiesto que la principal fuente de especialización se concentra en la de servicios, mientras que las orientaciones destinados al fortalecimiento agrícola son marginales en contraste a las de servicios.

Se aprecia que el aumento productivo de una nación está estrechamente relacionado al nivel de formación de su población, por lo tanto si se opta por tecnificar al sector agrícola su desarrollo proporcionará una participación directa al crecimiento del PIB en un 50.82%, en contraste con el PIB industrial y de servicios cuyo aporte representa el 68.99% y 67.83% respectivamente.

Si bien es cierto, existen potenciales de producción agrícola en el Ecuador, cuya optimización de potencialidades se plantea como ente dinamizador para reducir la pobreza en los sectores rurales del país, así como también de instrumento para estabilizar y garantizar la seguridad alimentaria, debe ser política de estado el dar prioridad e incentivar a la formación del talento humano hacia actividades enmarcadas a la producción con generación de valor agregados, orientados al fortalecimientos y creación de industrias, cuyas cadenas de valor se centren a la producción agrícola que aporten al desarrollo nacional.

Se evidencia que las decisiones de emprendiendo del Ecuador, se orientan hacia actividades principalmente relacionadas en áreas de servicios, como son: comercio al por mayor y menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas, transporte, almacenamiento, comunicaciones, correo postal, alquileres, de desarrollo técnico, administrativo y profesional, administración pública, hogares; y pone en evidencia que las potencialidades naturales (recursos agrícolas) de la economía ecuatoriana se encuentran con escaso interés de la comunidad.

Ante todos estos factores y variables analizadas se concluye que el Ecuador es un país generador de servicios con potencial agrícola, en el cual las decisiones de escolarización en su población se orientan a la formación de

aumentar el bagaje de servicios ofertados, lo que refleja directamente al saldo deficitario de la balanza comercial. De ahí nace la importancia de priorizar mecanismos que orienten el uso óptimo del talento humano ecuatoriano, enmarcado en los potenciales de recursos naturales fomentando el buen vivir a través de un modelo incluyente y solidario.

### Referencias bibliográficas

- Acosta, I. (2010). América Latina: capital, trabajo y agricultura en el umbral del tercer milenio. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Alvarez, S. G. (2014). Sumak Kawsay o buen vivir como alternativa al desarrollo en Ecuador. Aplicación y resultados en el gobierno de Rafael Correa (2007-2011) . Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Anderson, K., & Valenzuela, E. (2010). América Latina: ¿cómo repercuten en los mercados y el bienestar las reformas de la política agraria y del comercio? CEPAL, 148-168.
- Asamblea Nacional. (2008). Constitución de la República del Ecuador 2008. Quito, Ecuador: Registro Oficial 449.
- Banco Central del Ecuador. (31 de diciembre de 2016). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 20 de abril de 2017, de Cuentas nacionales anuales: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/Anuales/Dolares/indicecn1.htm>
- BBC Mundo, (9 de abril de 2014). Mundo Noticias. Recuperado el mayo de 2017, de [www.bbc.com](http://www.bbc.com)
- Cardona, M. (2009). La agricultura desde la economía: aportes teóricos para un viejo debate. Talca: B-Facultad de Ciencias Empresariales Universidad de Talca.
- Carrasco, G. C. (2008). El sector agrícola y los procesos de inserción internacional latinoamericanos. Economía. Perú: B-Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Comisión económica para América y el Caribe (CEPAL). (2016). Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe, 2016. Santiago: Naciones Unidas, CEPAL.
- Cristóbal Kay. (2002). Reforma agraria, industrialización y desarrollo: ¿por qué Asia oriental superó a América Latina? Debate Agrario, (34), 45-94, 209.
- Daniel Lederman, J. M. (2014). El emprendimiento en América Latina, muchas empresas y poca innovación. (C. C. Reconocimiento, Ed.) Washington, Washington D.F., Estados Unidos: Banco Mundial.
- David Anderson, D. S. (2012). Estadísticas para negocios y economía (Vol. 11). México: CENGAGE Learning.
- Douglas Lind, W. M. (2012). Estadísticas aplicadas a los negocios y economía (Vol. 15). México: Mc Graw Hill.
- Eugenia Correa, J. D. (2008). América Latina y desarrollo económico. Madrid: Ediciones Akal S.A.
- Idalberto, C. (2002). Gestión del Talento Humano. México: McGraw - Hill.
- Javier Ponce Cevallos. (2016). La política agropecuaria ecuatoriana: hacia el desarrollo rural sostenido 2015-2025 (Vol. I parte). Quito: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca.
- Kay, C. (2002). Reforma Agraria, industrialización y desarrollo: ¿por qué Asia Oriental superó a América Latina? Debate Agrario.
- Larrea, C. (2004). Dolarización y desarrollo humano en Ecuador. ICONOS , 19, 43-53.
- Larrea, C. (2004). Dolarización y desarrollo humano en Ecuador. ICONOS, 19, 43-53.
- Leon, I. (2010). Ecuador: la tierra, el Sumak Kawsay y las mujeres. Sumak Kawsay / Buen Vivir y cambios civilizatorios , 143-154.
- Leon, M. (2008). Ecuador: la economía solidaria en la búsqueda de un 'nuevo modelo'. Quito: ALAI.
- Maldonado, C. L. (2004). Pobreza, dolarización y crisis en el Ecuador. Quito: Ediciones ABYA - YALA.
- Manosalvas, M. (2014). Buen vivir o sumak kaway: en busca de nuevos referentes para la acción pública en Ecuador. Iconos: Revista de Ciencias Sociales , 101-121.

Manosalvas, M. (2014). Buen vivir o sumak kaway: en busca de nuevos referenciales para la acción pública en Ecuador. *Iconos: Revista de Ciencias Sociales*, 101-121.

Palacios, D., & Reyes, P. (2016). Cambio de la matriz productiva del Ecuador y su efecto en el comercio exterior. *Dominio de las Ciencias*, 418-431.

Palacios, D., & Reyes, P. (2016). Cambio de la matriz productiva del Ecuador y su efecto en el comercio exterior. *Dominio de las Ciencias*, 418-431.

Sánchez, J. (2014). Coyuntura en Ecuador: Balance del 2013 y desafíos del 2014. *Patria*, 12-21.

Sánchez, J. (2014). Coyuntura en Ecuador: Balance del 2013 y desafíos del 2014. *Patria*, 12-21.

Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación. (31 de 12 de 2016). Geoportel SNIESE. Recuperado el 25 de 03 de 2017, de Visorgeografico: [www.senescyt.gob.ec/visorgeografico/](http://www.senescyt.gob.ec/visorgeografico/)

Secretaría del buen vivir. (20 de abril de 2017). Secretaría del buen vivir. Recuperado el 20 de abril de 2017, de ¿Qué es el Buen Vivir o Sumak Kawsay?: <http://www.secretariabuenvivir.gob.ec/que-es-el-buen-vivir-2/>

Secretaría del buen vivir. (20 de abril de 2017). Secretaría del buen vivir. Recuperado el 20 de abril de 2017, de ¿Qué es el Buen Vivir o Sumak Kawsay?: <http://www.secretariabuenvivir.gob.ec/que-es-el-buen-vivir-2/>

Secretaría Nacional de Planificación y desarrollo. (31 de diciembre de 2012). Transformación de la matriz productiva: revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano. Quito, Pichincha, Ecuador.

Skoet, J., Anríquez, G., & Carisma, B. (2012). *El estado mundial de la Agricultura y la Alimentación*. Roma: D - FAO.

# Caracterización de la agricultura de subsistencia en 13 Parroquias Rurales del Cantón Loja-Provincia de Loja, Ecuador, 2016

**Víctor Eduardo Chinín Campoverde**

Universidad Nacional de Loja

victorchinin52@yahoo.com

victor.chinin@unl.edu.ec

**Mayra Tatiana González Román**

Universidad Técnica Particular de Loja

maytatygonzalezroman@hotmail.com

**María Isabel Ordóñez Hernández**

Universidad Nacional de Loja

isabeloher@hotmail.com

## Resumen

Los objetivos de la investigación fueron caracterizar la agricultura de subsistencia y analizar los indicadores cuantitativos y cualitativos de la agricultura de subsistencia en 13 parroquias rurales del cantón y provincia de Loja. Se trabajó con una muestra de 370 agricultores de subsistencia pertenecientes a una población de 9.924, a los que se les aplicó una encuesta. Como conclusiones, se puede indicar que la mayoría de los agricultores de subsistencia: tienen más de 50 años, instrucción entre primaria completa a secundaria incompleta, con hogares de 4 a 7 miembros y de 1 a 3 hijos; practican una agricultura de subsistencia, de secano y tradicional; trabajan también en la ganadería y artesanías; no tienen aún acceso óptimo a servicios básicos como educación, salud, vivienda, saneamiento ambiental, transporte y comunicación, por lo cual no alcanzan aún el bienestar; operan en terrenos de 0,5 Ha a 1 Ha; no utilizan abonos, riego, maquinaria agrícola, semillas mejoradas; no reciben asistencia técnica ni crediticia; no se asocian con otros productores; a la mayoría de la producción la destinaron al autoconsumo; perciben ingresos económicos de \$100 a \$200, sin capacidad de ahorro; y, su agricultura no es rentable.

**Palabras claves:** Agricultura, subsistencia, parámetros, cualitativo, cuantitativo.

## Abstract

The objectives of the research were characterized by subsistence farming and analyses quantitative and qualitative indicators of subsistence agriculture in 13 rural parishes in the canton and Loja province. He worked with a sample of 370 subsistence farmers belonging to a population of 9.924, that a survey was applied to them. As conclusions, you can indicate that the majority of subsistence farmers: they have more than 50 years, instruction among elementary full secondary incomplete, with homes of 4 to 7 members and 1-3 children; they practice a subsistence of rained agriculture and traditional; They also work on livestock and handicrafts; they have not yet optimal access to basic services such as education, health, housing, sanitation, transportation and communication, which do not reach even the welfare; they operate on grounds of 0.5 to 1 Ha; do not use irrigation, agricultural machinery, fertilizers, improved seeds; they do not receive assistance technical or credit; they are not associated with other producers; they spent the majority of the production for self-consumption; they receive income from \$100 to \$200, without saving capacity; and, its agriculture is not profitable.

**Keywords:** agriculture, subsistence, parameters, qualitative, quantitative.

## Introducción

### Introducción al problema

Aún no se han realizado en las parroquias rurales del cantón Loja, investigaciones específicas referentes a la caracterización de la agricultura de subsistencia, por lo que existe un vacío en el conocimiento en tan importante temática, lo que justifica más la realización de la presente investigación. Frente a lo indicado, se planteó la investigación “Caracterización de la agricultura de subsistencia en 13 parroquias rurales del cantón y provincia de Loja, Ecuador, 2016”.

La hipótesis es:

- La agricultura de subsistencia, contribuye al bienestar de las familias de las parroquias rurales del cantón y provincia de Loja-Ecuador, 2016.

El objetivo primario, es:

- Analizar la agricultura de subsistencia en las parroquias rurales del cantón Loja, provincia de Loja-Ecuador, año 2016, mediante un estudio descriptivo, con el propósito de caracterizarla y establecer su incidencia en el bienestar de las familias que la practican.

Los objetivos secundarios, son:

- Caracterizar a la agricultura de subsistencia practicada en las parroquias rurales del cantón Loja, provincia de Loja-Ecuador, 2016.
- Analizar los indicadores cuantitativos y cualitativos de la agricultura de subsistencia en las parroquias rurales del cantón Loja, provincia de Loja, 2016.

Para comprobar la hipótesis planteada respecto a que la agricultura de subsistencia, contribuye al bienestar de las familias de las parroquias rurales del cantón y provincia de Loja-Ecuador, 2016, se requirió un diseño metodológico inspirado en el método científico y en la técnica de la encuesta a 370 jefes de hogar agricultores de subsistencia, con lo que se obtuvo información de fuentes primarias y se permitió relacionar la hipótesis con el mencionado diseño.

Todas las situaciones que se detectan en torno a la agricultura de subsistencia en las parroquias rurales del cantón Loja, conlleva al productor a tener baja producción y productividad, asociado esto al deterioro del suelo, a la carencia de tecnología aplicada a los cultivos, a la falta de asistencia crediticia, que les hace no ser competitivos y a no sacar sus productos a la venta. Debe indicarse, que la agricultura de subsistencia no permite tener una utilidad monetaria pero sí les brinda seguridad alimentaria para el agricultor y su familia.

La agricultura de subsistencia practicada actualmente, es un sistema de producción agrícola, orientado al autoconsumo, por lo que no se genera un excedente económico.

La agricultura de subsistencia, representa un tema de importancia estratégica para el sector rural. Recientemente han surgido una serie de estudios que obedecen a la importancia asignada a este sector de productores rurales en las políticas públicas de la región. De esta forma, la agricultura de subsistencia ocupa un lugar preponderante en las políticas planteadas por organismos multilaterales (FAO, FIDA, CEPAL, IICA, BID, etc.), así como en las políticas gubernamentales sea a nivel de país (con Brasil como ejemplo paradigmático) como de organismos regionales (REAF, Merco Sur, CAN, etc.).

### **Importancia del problema**

Con el presente trabajo investigativo, se pretende analizar el sector agrícola en las parroquias rurales del cantón Loja, identificando los puntos críticos para determinar causas y efectos que conllevan a las personas a practicar una agricultura de subsistencia, dejando a un lado la agricultura sustentable y tecnificada que conlleva al desarrollo económico y social.

La investigación se justifica realizarla puesto que es importante y necesario conocer las actividades agrícolas que se llevan a cabo en las parroquias rurales del cantón Loja, para determinar las dificultades que tienen que atravesar los agricultores, para su desenvolvimiento, así como como el estilo de vida de éstos que producen solo para su familia y no para el comercio

Se puede evidenciar que para salir de la agricultura de subsistencia, que no es rentable y está dirigida al autoconsumo o consumo familiar, se deberían implementar políticas y acciones que lleven hacia la agricultura sustentable, lo que sería una alternativa rentable, puesto que la misma permitiría alcanzar beneficios económicos y sociales al obtenerse mayor productividad y productos de mejor calidad, autoempleo, sostenibilidad de la producción, y, dentro del ámbito ambiental, el mejoramiento de los suelos, la conservación del ecosistema. Todo esto difícilmente sucede con la agricultura de subsistencia.

### **Metodología**

#### **Tipo de Investigación**

La investigación fue de tipo descriptivo porque permitió conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes en la agricultura de subsistencia y entre los agricultores.

Con el fin de comprender y resolver la situación, problemas o las necesidades que se presentan en la agricultura de subsistencia en las parroquias rurales del cantón Loja, la información se la obtuvo de fuentes primarias, es decir, se trabajó en el ambiente natural en que conviven los agricultores, de los que se consiguieron los datos más relevantes.

#### **Método Investigativo**

En el marco del método científico se trabajó con algunas de sus modalidades: A través del método inductivo, se pudo analizar el problema de lo general a lo particular, aplicando la observación directa en la problemática, con el fin de establecer un principio general. El método deductivo, se utilizó para analizar el problema de la agricultura de subsistencia, desde lo más general a lo particular, planteando una hipótesis para analizarla y comprobarla. El método analítico, sirvió para efectuar el diagnóstico de la agricultura de subsistencia, para descomponer el todo en cada una de las condiciones determinantes, sacar de cada una de las partes, la conclusión respectiva, y, luego extraer una conclusión general de la problemática. Mediante el método sintético, se pudo presentar nuevos criterios y argumentos para fundamentar el presente trabajo investigativo.

#### **Población y muestra**

##### **Población**

Para determinar la población para el desarrollo del presente estudio, se ha procedido a obtener información del INEC año 2015, la que tuvo como base la población del IV Censo de Población y Vivienda del año 2010. Con ésta se logró determinar la población proyectada de las 13 parroquias rurales del cantón Loja, como se puede observar la tabla 1. Considerando, que de acuerdo al mencionado INEC, las familias del cantón Loja tienen de 3,99 personas por familia, se procedió a establecer la distribución de las familias al nivel cantonal y parroquial.

##### **Muestra**



En razón que la población de las 13 parroquias rurales del cantón Loja, constituida por los jefes de hogar que practican la agricultura de subsistencia (9.924) fue superior a 250 elementos, se requirió del cálculo de una muestra representativa. Para el efecto, se operó con el muestreo estratificado, y con la siguiente fórmula de cálculo:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * p * q}$$

Siendo:

n= Tamaño de la muestra

N= Población

p= Probabilidad de ocurrencia (0.5)

q= Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

e= Margen de error (5%)

z= Valor calculado a partir del nivel de confianza utilizado (en este caso del 95%) = z = 1,96.

De esta manera los cálculos fueron los siguientes:

- Muestra para las 13 parroquias rurales del cantón Loja

$$n = \frac{(1,96)^2 * 9.924 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (9.924 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{(3,8416) * 9.924 * 0,5 * 0,5}{(0,0025) * 9.923 + (3,8416) * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{9.531,0095}{24,8075 + 0,9604}$$

$$n = \frac{9.531,0095}{25,7679}$$

$$n = 370$$

Seguidamente, se presenta la población y la muestra respectiva para la presente investigación.

**Tabla 1.** Población y muestra del cantón Loja

Parroquias	Población rural	Nº familias (3,99/familia)	Población nº familias agricult. Subsist.	% De familias que practican la agricultura subsistencia	Muestra Para la investigación
San Lucas	5.404	1.354	1.354	13,6	50
Santiago	1.588	398	398	4,0	15
Jimbillá	1.288	323	323	3,3	12
Taquil	4.236	1.062	1.062	10,7	39
Chantaco	1.361	341	341	3,4	13
Chuquiribamba	2.852	715	715	7,2	27
El Cisne	1.883	472	472	4,8	18
Gualel	2.382	597	597	6,0	22
Malacatos	8.227	2.062	2.062	20,8	77

Parroquias	Población rural	Nº familias	Población nº	% De familias que	Muestra
------------	-----------------	-------------	--------------	-------------------	---------

		(3,99/familia)	familias agricult. Subsist.	practican la agricultura subsistencia	Para la investigación
<b>San Pedro de Vilcabamba</b>	1.491	374	374	3,8	14
<b>Vilcabamba</b>	5.526	1.385	1.385	14,0	52
<b>Quinara</b>	1.601	401	401	4,0	15
<b>Yangana</b>	1.757	440	440	4,4	16
<b>TOTAL</b>	39.596	9.924	9.924	100,0	370

Fuente: INEC 2015, proyectado para los años 2010-2020

### Técnicas investigativas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación, se utilizaron las siguientes técnicas investigativas:

#### Técnicas Investigativas

Para caracterizar a la agricultura de subsistencia y analizar los indicadores cuantitativos y cualitativos de la misma, se aplicó la técnica de la encuesta a 370 agricultores de subsistencia de las 13 parroquias rurales del cantón Loja.

#### Resultados

Respecto al objetivo específico 1:

- Caracterizar a la agricultura de subsistencia practicada en las parroquias rurales del cantón Loja, provincia de Loja-Ecuador, 2016.

Los 370 agricultores de subsistencia corresponden a 13 parroquias rurales del cantón Loja, teniendo el 43,22%, edades superiores a los 50 años, lo que significa que a la agricultura la llevan a cabo personas experimentadas, pero también hace notar que existe la tendencia de los jóvenes menores a 30 años a no practicar la mencionada actividad económica. La agricultura es llevada a cabo principalmente por hombres (60,54%), de estado civil casados (68,39%), con un grado de instrucción de primaria completa a secundaria incompleta (56,67%).

Respecto a la estructura de los hogares de los agricultores, el 57,89% de los hogares se conforman por 4 a 7 miembros, teniendo el 50,81% entre 1 y 3 hijos, con los que perpetúan la oferta de mano de obra. En de los 60,00% de los hogares de los agricultores, la Jefatura es ejercida por el padre.

En relación con la ocupación económica de los agricultores, el 59,19% de éstos practican principalmente actividades correspondientes a la producción agrícola, que representan la principal fuente de ingresos económicos. Estas actividades, a veces, están asociadas con actividades de producción pecuaria, explotando ganado vacuno de leche, y vacuno de leche + porcino + avícola, para las que no se disponen de infraestructura productiva, como establos, galpones y chancheras, las que no son rentables porque son de subsistencia, o, llevan adicionalmente labores artesanales. Para ejercer su actividad económica, los agricultores, son ayudados por su esposa, hijos/hijas o por familiares cercanos, ayuda que es retribuida con dinero, trabajo o parte de la producción.

El 77,84% de los agricultores practican agricultura de secano o de temporal, cultivando principalmente maíz, café, maíz-fréjol y hortalizas.

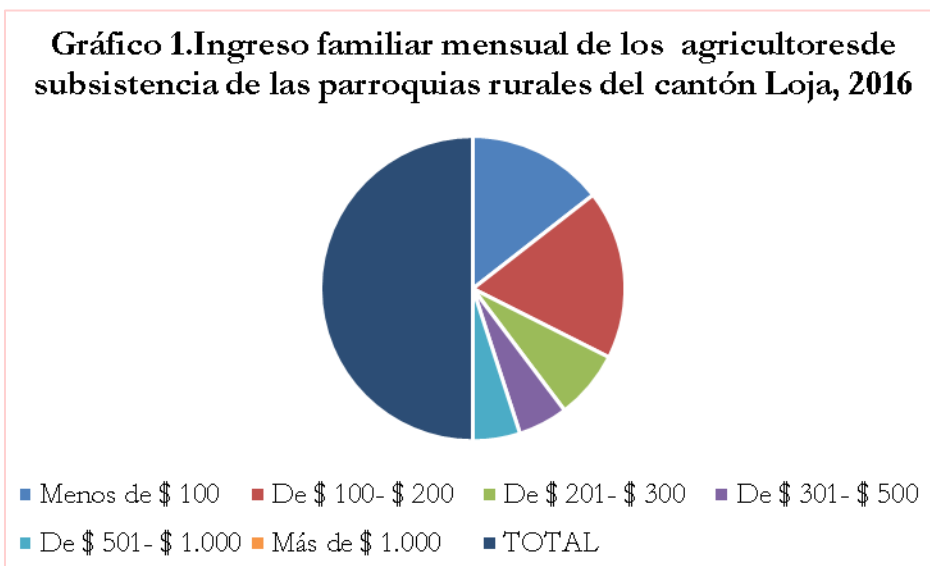
Los agricultores de subsistencia aún no tienen un óptimo acceso a los servicios básicos (educación, salud, vivienda, saneamiento ambiental, vialidad y comunicación), a los que tienen pleno derecho, motivo por el que no han alcanzado el anhelado bienestar.

En la mayoría de los hogares de los agricultores, se perciben ingresos de menos de \$100 a \$ 200, inferiores al salario básico unificado en el Ecuador (\$ 364), lo que denota que no pueden satisfacer plenamente sus necesidades, al menos las básicas. Esta situación conlleva a otra, que la mayoría de los agricultores no tengan capacidad de ahorro.

**Tabla 2.**Ingreso familiar mensual en las parroquias rurales del cantón Loja, 2016

Ingresos familiares mensuales	Nº	%
Menos de \$ 100	107	28,92
De \$ 100- \$ 200	133	35,95
De \$ 201- \$ 300	54	14,59
De \$ 301- \$ 500	39	10,54
De \$ 501- \$ 1.000	37	10,00
Más de \$ 1.000	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100,00</b>

**Gráfico 1.**Ingreso familiar mensual de los agricultores de subsistencia de las parroquias rurales del cantón Loja, 2016



Respecto al objetivo específico 2:

- Analizar los indicadores cuantitativos y cualitativos de la agricultura de subsistencia en las parroquias rurales del cantón Loja, 2016.

#### **Indicadores cuantitativos**

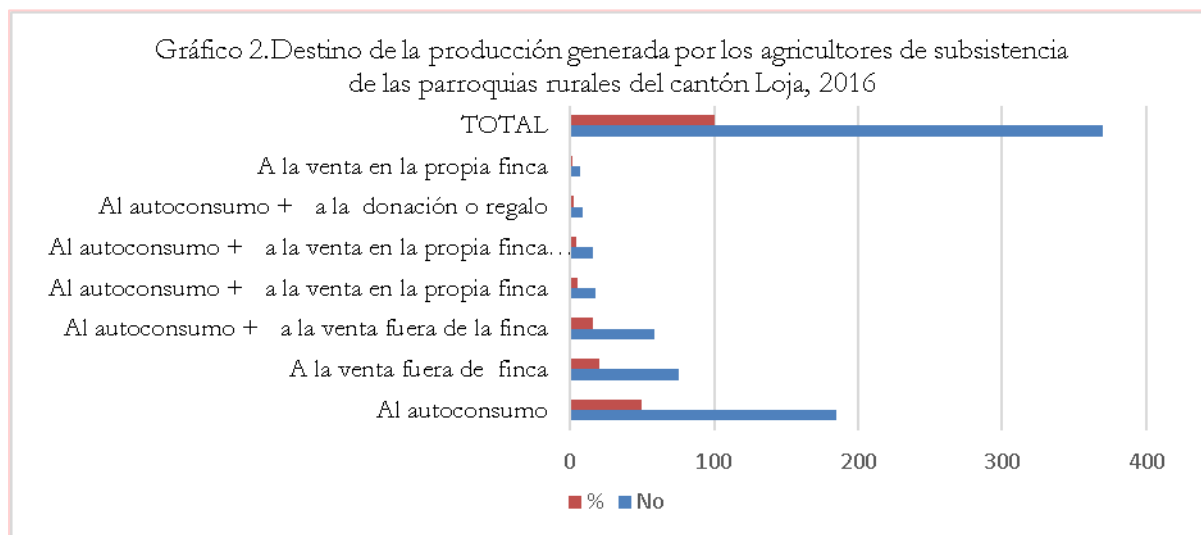
El 50,54% de los agricultores de subsistencia de las parroquias rurales del cantón Loja realizan sus actividades agrícolas (cultivos) en terrenos pequeños de 0,5Ha a 1Ha, que no posibilitan ejecutar una agricultura comercial. Solamente el 54,32%, conservan y mejoran las tierras de cultivo, principalmente con la utilización de abono orgánico.

En relación al destino de la producción agrícola obtenida, el 50,00% de los agricultores la destinan al autoconsumo mientras que los demás, la dirigen al autoconsumo, a pequeñas ventas dentro y fuera de la finca y a donaciones.

**Tabla 3.** Destino de la producción obtenida en los cultivos practicados por los agricultores de subsistencia, 2016

Destino de la producción obtenida en los cultivos practicados por los jefes de hogar	Nº	%
Al autoconsumo	185	50,00
A la venta fuera de finca	76	20,54
Al autoconsumo + a la venta fuera de la finca	59	15,95
Al autoconsumo + a la venta en la propia finca	18	4,86
Al autoconsumo + a la venta en la propia finca + a la venta fuera de finca	16	4,33
Al autoconsumo + a la donación o regalo	9	2,43
A la venta en la propia finca	7	1,89
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta directa



Los motivos más frecuentes para que los agricultores no haya podido vender su producción en el mercado y la hayan destinado exclusivamente al autoconsumo son: no existieron excedentes para la venta); baja calidad de los productos agrícolas, y, dificultades en el transporte de la producción.

La relación al acceso al servicio crediticio para las actividades agrícolas, un factor aún negativo para el desarrollo de las actividades agrícolas, es el hecho de que solamente una minoría de los agricultores (29,19%) han accedido al crédito tan necesario para que sus cultivos lleguen a feliz término, pequeño volumen de crédito, cuyo principal destino, es invertir en la producción agrícola, sin dejar de considerar que los intereses de los créditos son muy altos y se da un excesivo papeleo.

El 77,84% de los agricultores practican una agricultura de secano o de temporal, sujeta exclusivamente a las precipitaciones pluviales.

Solamente el 22,16% de los agricultores utilizan el riego para sus cultivos, especialmente, el por inundación o gravedad.

El 77,84% de los agricultores de las parroquias rurales del cantón Loja, no utilizan maquinaria agrícola para sus cultivos, lo que denota que la agricultura no es tecnificada ni eficiente.

El 54,32% de los agricultores no utilizan productos químicos comerciales para combatir plagas y enfermedades.

Solamente el 33,24% de los agricultores, utilizan semillas mejoradas. El 35,68% de los agricultores, no emplean insumo alguno, lo que es anti técnico.

El 80,27% de los agricultores no han recibido asistencia técnica para la implementación de sus cultivos, de parte del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Acuicultura (MAGAP) y del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias INIAP.

El 52,16% de los agricultores consideran que la actividad agrícola, en la actualidad, no es rentable, lo que obedece a que no hay mercado suficiente, no existe apoyo del Gobierno y a que el mercado para los productos no es seguro en precios.

No obstante que facilita el mayor desempeño de los agricultores, el llevar adelante emprendimientos productivos, la gran mayoría de los agricultores no han asociado con organización alguna.

### **Discusión**

En Ecuador en relación con el ámbito económico, social y productivo, la agricultura es una de las actividades más importantes que se realizan debido a que se ha constituido en un sustento real para la alimentación.

El sector agrícola en el país ofrece muchas posibilidades para la población y la economía. Sin embargo, es un área vulnerable en el aspecto social, productivo y ecológico, debido a que se viene desarrollando de una manera tradicional, siendo realizada por muchas personas, sin importar edad o sexo, dejando a un lado la educación, trayendo como consecuencia la escasa creatividad para mejorar la producción y dedicándose a producir alimentos solo para su consumo.

La agricultura, es otra de las claves para la reactivación de las economías rurales debido a que genera estabilidad y arraigo social y nuevos horizontes de desarrollo, en especial para la juventud rural, por lo que es importante que se tenga acceso a mercados y cadenas de valor, ya que cuanto mejores oportunidades se dispongan para comercializar los productos, la calidad de vida será mejor, y así no se conformarían los agricultores con solamente producir para consumir, dándose como resultado la agricultura de subsistencia.

En los países subdesarrollados o en desarrollo, la agricultura se lleva a cabo por los agricultores que son pequeños productores, quienes producen más para fines de subsistencia que para el mercadeo. Éstos poseen generalmente un bajo nivel de educación y un limitado horizonte mental.

El desarrollo de la unidad de producción agrícola –la granja individual de subsistencia- atraviesa por etapas bien definidas que reflejan su transformación de una economía de subsistencia a una economía con orientación de

mercado. Dicha transformación involucra tres fases diferentes: agricultura de diversificación, agricultura de especialización y agricultura automatizada. Esto lamentablemente aún no se logra en la provincia de Loja, y más concretamente, en las 13 parroquias rurales del cantón Loja.

### **Caracterización de la agricultura de subsistencia practicada en las parroquias rurales del cantón Loja, 2016**

El 43,22% de los agricultores tienen edades superiores a los 50 años, lo que denota que a la agricultura la llevan a cabo personas experimentadas, pero también indica que existe la tendencia de los jóvenes menores a 30 años a no practicar la agricultura. Esto confirma la aseveración de Martínez (2013) de que la agricultura tradicional se encuentra normalmente en manos de personas de mayor edad.

La agricultura es llevada a cabo en el 60,54% por hombres y por el 39,46% de mujeres. Estos datos se acercan a los proporcionados por el INEC, en base al Censo de 2010 proyectado, en el sentido de que el 69,20% de los hombres y el 30,80% de las mujeres se dedican a actividades dentro de la agricultura, ganadería y pesca.

El 56,67% de los agricultores, cuentan con un grado de instrucción de entre primaria completa a secundaria incompleta. De otro lado, el INEC, señala que el 56,00% de los agricultores en el Ecuador, han cursado la primaria.

Para el 59,19% de los agricultores, su ocupación económica, se refiere a actividades de producción agrícola o, de producción agrícola + actividades de producción pecuaria. Las ocupaciones económicas desempeñadas, adicionalmente a la agricultura, o en vez de ella, por los demás agricultores, se refieren al empleo público, trabajo familiar no remunerado y empleo privado. Esto representa, tipificaciones de la agricultura, en base a la necesidad de ejercer otras ocupaciones económicas por la escasa rentabilidad de la misma.

Martínez (2013), sobre esto, señala que los productores de subsistencia, en la actual situación, para lograr sobrevivir, necesitan acudir a ingresos extra agrarios o por lo menos que no dependen del trabajo familiar en la parcela.

Sobre lo antes indicado, en un trabajo sobre la agricultura familiar en el caso ecuatoriano, realizado por Wong y Ludeña (2006), a partir de los datos de las Encuestas de Condiciones de Vida (ECV) de 1998, elaboran una tipología, en base al trabajo familiar y en el criterio discriminante de la contratación o no de mano de obra asalariada. De esta manera, se llega a señalar tres tipos de agricultura familiar: a) agricultura familiar de subsistencia (no contrata mano de obra); b) agricultura familiar de transición (contrata mano de obra ocasional); y, c) agricultura familiar consolidada (contrata mano de obra permanente).

Para ejercer su actividad económica, la mayoría de los agricultores, son ayudados por su esposa, sus hijos/hijas o por familiares cercanos. Por la antes mencionada ayuda a los Jefes de Hogar para la realización de sus actividades económicas, la retribución respectiva consiste principalmente en dinero, trabajo, y, en parte de la producción (17,57%).

Martínez (2013), al igual que varios analistas sobre la agricultura de subsistencia, sostiene que es una actividad en la cual participa principalmente el jefe de familia, la que se puede confirmar. Al mismo tiempo, indica que se da muy poca participación de los otros miembros familiares. Por ello, señala que se trata de una agricultura que de “familiar” tiene muy poco. La familia en este caso, no desempeña ningún papel importante en la viabilidad de la unidad productiva.

Los agricultores de las parroquias rurales del cantón Loja, efectúan distintos tipos de cultivos, sin embargo, los registrados como principales, son: maíz, café, maíz-fréjol, y, hortalizas.

Para la Coordinación de Gobernabilidad, Planificación y Desarrollo Territorial (2011), el principal producto agrícola en la provincia de Loja es el maíz del que se cultivan 28.517,40 has.

Como sucede con los agricultores de subsistencia en el Ecuador, el 20,27% de los agricultores de las parroquias rurales del cantón Loja, se dedican adicionalmente, a la actividad ganadera o pecuaria, la que cuenta con escasa infraestructura productiva. Se debe indicar que el 78,67% de los agricultores, consideran que la ganadería no es rentable porque no genera adecuados ingresos. Los agricultores, en pequeña escala, elaboran artesanías aunque no es rentable.

Los agricultores de subsistencia, no accede a los servicios básicos: educación, salud, vivienda, saneamiento ambiental, vivienda, comunicación, como debería ser, para el logro de su bienestar y el de su familia.

En el 72, 70% de los hogares de los agricultores, otros miembros también trabajan, ayudando a incrementar el ingreso familiar. Los ingresos familiares mensuales del 64,87% de los agricultores, son de menos de \$100 a \$ 200, inferiores al salario básico unificado en el Ecuador (\$ 364), lo que denota que no pueden satisfacer plenamente sus necesidades, al menos las básicas. Los mencionados ingresos son inferiores a los indicados por el INEC (<http://www.ecuadorencifras.gob.ec>), para el sector rural, en \$293,00.

#### **Indicadores cuantitativos y cualitativos de la agricultura de subsistencia en las parroquias rurales del cantón Loja, 2016**

##### **Indicadores Cuantitativos**

El 50,54% de los agricultores investigados realizan sus actividades agrícolas (cultivos) en terrenos de 0,5Ha a 1Ha, superficies consideradas pequeñas para ejecutar una agricultura comercial. La poca extensión de terreno dedicada a los cultivos agrícolas en las parroquias rurales del cantón Loja, explica la baja producción agrícola detectada. En este mismo sentido, concuerda Martínez (2013), al señalar que las pequeñas propiedades, seguramente las más numerosas de la agricultura familiar de subsistencia, no disponen sino en una forma limitada del factor tierra, y que solamente a partir de las 10 Has, la relación entre unidades productivas y la tierra es favorable.

Un factor aún negativo para el desarrollo de las actividades agrícolas en las parroquias rurales del cantón Loja, es el hecho de que una minoría de los agricultores (29,19%) no han accedido al crédito tan necesario para que sus cultivos lleguen a feliz término. El destino de estos créditos ha sido invertir en la producción agrícola (77,78%). Sobre este asunto, Martínez (2013), señala que el crédito es un factor escaso en el medio rural y que la gran mayoría de unidades familiares, no tienen acceso a recursos financieros.

El 52,16% de los agricultores de las parroquias rurales del cantón Loja, declaran que la actividad agrícola, en la actualidad, no es rentable debido a que no hay mercado suficiente para los productos agrícolas y a que no existe apoyo del Gobierno los agricultores, no existe seguridad en el mercado para los productos en materia de precios, y, porque operan muchos intermediarios que compran los productos a precios bajos.

##### **Indicadores Cualitativos**

El 77,84% de los agricultores practican la agricultura de secano o de temporal, de subsistencia, extensiva y tradicional. Esto concuerda con la clasificación de la agricultura establecida por Galán (2011), según: su dependencia del agua, el método y los objetivos, pretensión de obtener el máximo o mínimo rendimiento, y, la

magnitud de la producción y su relación con el mercado.

El 73,24% de los agricultores de las parroquias rurales del cantón Loja tienen suficientes conocimientos sobre la agricultura. Solamente el 68,92% utilizan abonos orgánicos para sus cultivos y el 54,32% no emplean productos químicos comerciales para combatir plagas y enfermedades. El 64,32% de los agricultores utilizan semillas mejoradas. Únicamente 22,16% de los agricultores aplican el riego para sus cultivos, especialmente, el por inundación o gravedad. El 77,84% de los agricultores no ocupan maquinaria agrícola para sus cultivos. Y los agricultores no se han asociado aún con miras a efectuar emprendimientos productivos.

La mayoría de los agricultores, no han recibido asistencia técnica para la implementación de sus cultivos de parte de entidades públicas o privadas. Esto coincide con lo sostenido por Alberca (2009), de que la agricultura de subsistencia es resultado de varios motivos, siendo uno de ellos, la ausencia de apoyo técnico para la implementación óptima de los cultivos lo que se traduce en baja producción y productividad agrícolas.

## **Conclusión**

A la finalización de la presente investigación se pudieron extraer las siguientes conclusiones:

### **Del objetivo específico 1**

- En las 13 parroquias rurales del cantón Loja, la agricultura es llevada a cabo por hombres (60,54%) y por mujeres (39,46%), experimentados que tienen edades superiores a los 50 años, con instrucción de entre primaria completa a secundaria incompleta, que desempeñan principalmente actividades de producción agrícola (59,19%), y que para sobrevivir, adicionalmente, realizan labores pecuarias o artesanales, en varios casos, con la ayuda de su esposa y raramente de otros familiares, por lo que la agricultura de subsistencia, de “familiar” tiene muy poco, puesto que la familia, en este caso, no desempeña ningún papel importante en la viabilidad de la unidad productiva.
- Los agricultores de las parroquias rurales del cantón Loja, efectúan distintos tipos de cultivos, sin embargo, los registrados como principales, son: maíz (18,38%), café (16,76%), maíz y fréjol (13,24%),
- Se debe indicar que la mayoría de los agricultores (78,67%) consideran que la ganadería no es rentable porque no genera adecuados ingresos. Tampoco lo es la artesanía.
- Los agricultores de subsistencia investigados, no acceden, como debería ser, a los servicios básicos: educación, salud, vivienda, saneamiento ambiental, vivienda, comunicación, para el logro de su bienestar y el de su familia.
- Los ingresos familiares mensuales de los agricultores investigados, en su mayoría (64,87%), son de menos de \$100 a \$ 200, inferiores al salario básico unificado en el Ecuador (\$ 364) y al establecido por el INEC en \$ 293.

### **Del objetivo específico 2**

En relación a los indicadores cuantitativos de la agricultura:

- La mitad del número de agricultores investigados (50,54%) realizan sus actividades agrícolas (cultivos) en terrenos de 0,5Ha a 1Ha, superficies consideradas pequeñas para ejecutar una agricultura comercial, siendo muy pocos agricultores (11,36%) que laboran en terrenos de 2 a 3Has. Esto explica, los bajos índices de producción y productividad agrícolas.
- Un factor aún negativo para el desarrollo de las actividades agrícolas en las parroquias rurales del cantón Loja, es el hecho de que solamente una minoría de los agricultores (29,19%) han accedido al crédito agrícola, tan necesario para que sus cultivos lleguen a feliz término.



- La mayoría de los agricultores de las parroquias rurales del cantón Loja (52,16%) declaran que la actividad agrícola, en la actualidad, no es rentable debido a que no hay mercado para los productos agrícolas y no existe apoyo del Gobierno a los agricultores, no existe seguridad en el mercado para los productos en materia de precios; y, porque operan en el mercado muchos intermediarios que compran los productos a precios bajos (11,92%).

En lo que respecta a los indicadores cualitativos de la agricultura:

- La mayor parte de los agricultores (77,84%) practican la agricultura de secano o de temporal, de subsistencia, extensiva y tradicional.
- La mayoría de los agricultores de las parroquias rurales del cantón Loja (73,24%) tienen suficientes conocimientos sobre la agricultura. Solamente el 68,92% utilizan abonos orgánicos para sus cultivos, en tanto que el 54,32% no emplean productos químicos comerciales para combatir plagas y enfermedades. El 64,32% de los agricultores utilizan semillas mejoradas. Solamente la quinta parte de los agricultores (22,16%), aplican el riego para sus cultivos, especialmente, el por inundación o gravedad. La mayor parte de los agricultores (77,84%) no utilizan maquinaria agrícola para sus cultivos. Y los agricultores no se han asociado aún con miras a efectuar emprendimientos productivos.
- La mayoría de los agricultores, no han recibido asistencia técnica para la implementación de sus cultivos de parte de entidades públicas o privadas.

#### Referencias bibliográficas

- Abramovay, Ricardo (2000). Agricultura Familiar y desarrollo territorial. En Reforma Agraria, N° 1, FAO.
- Alberca, W. M. (2009). Agricultura de subsistencia.
- Alencastro, L. (2014). Gasto público y adaptación al cambio climático Análisis de Colombia, Ecuador, Nicaragua y Uruguay . Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Arnés, E., Marín, O., Merino, A. y Díza, C. (2013). Evaluación de la sostenibilidad de la agricultura de subsistencia en San José de Cusmapa, Nicaragua. Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros, 197.
- Asamblea Nacional. (2015). Ley de Fomento y Desarrollo Agrario. <http://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/ley-de-fomento-y-desarrollo-agrario>.
- Berdegú, J. y Fuentealba, R. (2011). Latin America: the state of smallholders en agriculture. Paper presented at the IFAD Conference on New Directions for Smallholder Agriculture, IFAD, January, Rome.
- Cabrera, L. (2014). La Agricultura de subsistencia. México: Educación.
- Carmagnani, Marcello (2008). La agricultura familiar en América Latina en Problemas del Desarrollo, Vol. 39, N° 153, abril-junio.
- Chayanov, A.V. (1985). La organización de la unidad económica campesina. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.
- Chiriboga, Manuel (1997). Desafíos de la pequeña agricultura familiar. El Desarrollo Sostenible en el Medio Rural, FLACSO, Quito.
- Chonchol, Jacques (2008). Globalización, pobreza y agricultura familiar. Ruris, Vol. 2 N° 1.
- Coordination SUD, (2008). Defender las agriculturas familiares. Cuáles y por qué?, Síntesis del Informe elaborado por la Comisión Agricultura y Alimentación de Coordination SUD en 2007, Paris.
- Coordinación de Gobernabilidad, Planificación y Desarrollo Territorial. Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de Loja. Obtenido de [http://www.prefectura Loja.gob.ec/documentos/pdtot/DIAGNOSTICO\\_ECONOMICO.pdf](http://www.prefectura Loja.gob.ec/documentos/pdtot/DIAGNOSTICO_ECONOMICO.pdf).
- Cultura, N. y. (2015). Perspectivas del Medio Ambiente Urbano. Loja.

- Dafermos, G. y Vivero, J. L. (2015). Agrolimentación Sistema abierto y sustentable en Ecuador. Documento de Política Pública 2.1. En Vila-Viñas, D. y Barandiaran, X.E. (Eds.) Buen Conocer – FLOK Society, Quito, Ecuador: IAEN-CIESPAL: Recuperado en: <http://book.floksociety.org/ec/2/2-1-sistema-agroalimentario-abierto-y-sustentable-en-ecuador>.
- Déleage, E. (2005). L'agriculture durable: utopie ou nécessité? *Mouvements*, N° 41.
- Déleage, E. (2012). Les paysans dans la modernité. *Revue Française de Socio- Economie*, N° 9.
- Ecuador, C. d. (2016). <http://www.asambleanacional.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.asambleanacional.gob.ec>.
- FAO (2011). Marco Estratégico de Mediano Plazo de Cooperación de la FAO en Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe, 2012-2015.
- F.A.O. (2015). <http://www.fao.org/docrep/004/y3557s/y3557s03.htm>. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/004/y3557s/y3557s03.htm>.
- Gisclard, Marie et Allaire, Gilles (2012). L'institutionnalisation de l'agriculture familiale en Argentine : vers la reformulation d'un référentiel du développement rural. *Autrepart, Presses de Sciences Po*, N° 62, pp. 201-216.
- Guerrero, M., y Sarauz, S. (2015). Panorama Agroeconómico del Ecuador. Una vision del 2015. Quito-Ecuador. Recuperado de: [http://sinagap.agricultura.gob.ec/pdf/estudios\\_agroeconomicos/panorama\\_agroeconomico\\_ecuador2015.pdf](http://sinagap.agricultura.gob.ec/pdf/estudios_agroeconomicos/panorama_agroeconomico_ecuador2015.pdf).
- Gerritsen, Castillo y Álvarez. (2012). Proceso de adopción de la agricultura sustentable en productos de Occidente de México.
- Hernández, V. y Phélinas, P. (2012). Débats et controverses sur l'avenir de la petite agriculture. *Autrepart, Presses de Sciences Po*, N° 62, pp 3-16.
- Hervieu, B. y Purseigle, F. (2011). Des agricultures avec des agriculteurs, une nécessité pour l'Europe. *Projet*, N° 321
- Jollivet, Marcel (2003). Comment se fait la sociologie : à propos d'une controverse en sociologie rurale". *Sociétés Contemporaines*, N° 49-50.
- Hussain, S. (21 de 03 de 2016). <http://www.bancomundial.org/>. Obtenido de <http://www.bancomundial.org>
- INEC. (2016). [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec). Obtenido de [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec).
- Jiménez, N. S., Luis, C., Javier, Y., y Wittmer, C. (2012). Impacto del cambio climático en la agricultura de subsistencia en el Ecuador. Madrid: Fundación Carolina.
- Larrea, C. et al (2008). Mapas de pobreza, consumo por habitante y desigualdad social en el Ecuador: 1995 – 2006. Metodología y resultados. Doc. de Trabajo, N° 13, Programa Dinámicas Territoriales Rurales, Rimisp, Santiago, Chile.
- MAGAP. (2015). La Política Agropecuaria Ecuatoriana. Pichincha.
- Maletta, H. (2011). Tendencias y Perspectivas de la agricultura familiar en América Latina, Documento de Trabajo N° 1. Proyecto Conocimiento y Cambio en Pobreza Rural y Desarrollo, Rimisp, Santiago, Chile.
- Martínez Valle, Luciano (2013). La Agricultura Familiar en el Ecuador. Informe del Proyecto Análisis de la Pobreza y de la Desigualdad en América Latina Rural.
- \_\_\_\_\_ (2009). Repensando el desarrollo rural en la dimensión del territorio: una reflexión sobre los límites del PROLOCAL en el caso ecuatoriano. *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, N° 87, CEDLA, Amsterdam.
- Mendras, H. (1984). La fin des paysans. Babel, Arles.
- Mundler, P. y Rémy, J. (2012). L'exploitation familiale à la française : une institution dépassée? ". *L'Homme et la Société*, N° 183-184.

- Orozco, F., Mota, E. L., & Cole, D. C. (2015). Capital social e información para la salud contexto de modo de vida de agricultores de pequeña escala. *Salud Colectiva*, Buenos Aires, 11(2):177-189: Recuperado de: <http://www.scielo.org.ar/pdf/sc/v11n2/v11n2a03.pdf>.
- Pautrizel, L. et al. (2011). ¿Qué políticas públicas para las agriculturas familiares del Sur?, Coordination SUD, Paris.
- Paz, R. (2008). Mitos y realidades sobre la agricultura familiar en Argentina: reflexiones para su discusión”. *Problemas del Desarrollo*, Vol. 39, N° 153, abril-junio.
- Roux, B. (2012). L’agriculture familiale au Bresil. *L’homme et la société*, N° 183-184.
- Saburin et al. Informe Anual sobre Agricultura. Oportunidad para las Américas.
- Salcedo, S., y Guzmán, L. (2014). *Agricultura Familiar en América Latina y El Caribe*. Santiago de Chile: Organización de las Naciones Unidas.
- Salgado, S. R. (2015). Agricultura sustentable y sus posibilidades en relación con consumidores urbanos. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 23(45), 113-140: Recuperado en 16 de diciembre de 2016, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-45572015000100005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572015000100005&lng=es&tlng=es).
- Shanin, T. (1976). *Naturaleza y lógica de la economía campesina*. Editorial Anagrama, Barcelona.
- Schneider, S. (2003). Teoría social, agricultura familiar et pluriatividade. *Revista Brasileira de Ciencias Sociais*, Vol. 18, N° 51.
- Sourisseau, J. M. et al. (2012). Les modèles familiaux de production agricole en question. Comprendre leur diversité et leur fonctionnement. *Autrepart*, Presses de Sciences Po, N° 62.
- Tepicht. J.(1973). *Marxisme et agriculture: Le paysan polonaise*. Armand Colin, Paris.
- Wong, S. y Ludeña, C. (2006). Caracterización de la agricultura familiar en Ecuador. FAO-BID, Proyecto GCP/RLA/152/IAB, “Impacto de los Tratados de Libre Comercio sobre la Agricultura Familiar en América Latina e instrumentos de compensación.

## Desarrollo agropecuario para el mejoramiento de la producción y comercialización agrícola del Cantón Salitre

**Marina Mero Figueroa**  
Universidad de Guayaquil  
marina.merof@ug.edu.ec

**Irán Alonso Hernández**  
Universidad de Guayaquil  
iran.alonsoh@ug.edu.ec

**Jessica Plaza Manzaba**  
Universidad de Guayaquil  
jessica.plazam@ug.edu.ec

### Resumen

El Ecuador busca garantizar la seguridad alimentaria, dando soluciones a los problemas de agricultura, ganadería, y el comercio, proveyendo empleos seguros y confiables a toda la población, aplicando procesos científicos y técnicos en los procesos productivos, y por ende buscar soluciones que tengan armonía con el medio ambiente. Se trata de buscar resultados reales, para ello resulta fundamental que todas las partes implicadas cumplan en su totalidad los compromisos formulados, como por ejemplo que el Estado a través de sus políticas impulse el desarrollo agrícola. Los desafíos que tiene el país son grandes, en medio de circunstancias internacionales complejas y cambiantes. Si se quiere encarar el problema responsablemente, es necesario que se lleven a cabo acciones urgentes y coordinadas que permitan el desarrollo de la agricultura a nivel local, pues constituye un eslabón para impulsar el desarrollo socioeconómico de Ecuador. La realización de esta investigación de tipo descriptiva y con el levantamiento de la información de campo, tiene como prioridad el darnos respuestas relevantes de la problemática que viven los agricultores y plantear un plan de acción que permita asegurar el desarrollo sostenible y sustentable tomando como caso de estudio el cantón Salitre.

**Palabras claves:** Desarrollo, producción, agricultura, sostenible.

### Abstract

Ecuador seeks to guarantee food security, providing solutions to the problems of agriculture, livestock, and trade, providing safe and reliable jobs to all people, applying scientific and technical processes in production processes, and therefore seek solutions that have harmony with the environment. It is a question of seeking real results. For this reason, it is essential that all the parties involved fully comply with the commitments made, for example that the State, through its policies, promotes agricultural development. The country's challenges are great, amidst complex and changing international circumstances. If the problem is to be dealt with responsibly, it is necessary to carry out urgent and coordinated actions that allow the development of agriculture at the local level, since it constitutes a link to promote Ecuador's socio-economic development. The accomplishment of this research of descriptive type and with the survey of the field information has as priority to give us relevant answers of the problematic that the farmers live and to propose a plan of action that allows assuring the sustainable and sustainable development taking as case of I study the Salitre canton.

**Keywords:** Development, production, agriculture, sustainable.

## Introducción

Esta investigación responde a la búsqueda incesante de soluciones para las principales problemáticas de la localidad, así como un deseo expresado por parte de los pobladores del Cantón Salitre. En el diagnóstico general realizado, en investigaciones previas, así como en la observación se obtiene como meta a seguir el incremento sostenido de la producción y los niveles de productividad y la alternativa real es la toma de acciones concretas a corto, mediano y largo plazo que minimicen esta y otras deficiencias arrojadas en el análisis inicial.

La investigación es el resultado del deseo y la incansable lucha de los habitantes de todo Ecuador por un futuro mejor, con altos niveles de desarrollo económico y un bienestar social equitativo, con beneficios y mejores condiciones de vida a las familias. La piedra angular para el futuro del país, es y tiene que ser la producción agropecuaria potenciando su comercialización y un equilibrio entre la economía, la sociedad y con cuidado del medio ambiente.

De manera general las tendencias actuales y futuras apuntan al aumento de la productividad y de la producción en general, el uso de las modernas tecnologías y los adelantos de la ciencia, en especial de la técnica con herramientas y maquinarias cada vez más especializadas en esta era llamada la era informática. Se señala además el uso de nuevas variedades más resistentes, manipulación de semillas y especies de forma genética, la eliminación de las afectaciones a la salud humana, la toma de decisiones y el cambio de las políticas agrarias serán las principales medidas y acciones en este ámbito que serán tomadas por los gobiernos para enfrentar situaciones desfavorables. La realización de acciones específicas, concentradas y enfocadas a actividades concretas constituirá la herramienta principal mediante la cual se pueda satisfacer la demanda cada vez creciente de productos agrícolas y ganaderos. Por tanto, el establecimiento de planes de acción basados en las características endógenas, el desarrollo local, así como la propia visión y misión del territorio son algunos de los factores que constituyen un eje principal para la agricultura en el nuevo Milenio, en el enfrentamiento de las principales problemáticas, debilidades y amenazas de este sector.

El sector agrícola constituye una de las principales ramas de la economía del Ecuador, representando importantes valores en el PIB del país, en los últimos años la variación ha sido importante; representando entre 7% hasta un 16,5% del total; dedicándose para esta actividad más de 2 millones 551 mil hectáreas. Los cultivos permanentes (caña de azúcar, banano, palma africana) y los cultivos transitorios (maíz, arroz, papa) representan en 46% del uso total de la superficie apta para la agricultura y que actualmente se explota. Las provincias que más se destacan es este sentido son Manabí con el 21,16%, Guayas con el 12,24% y Los Ríos con el 10,45% de participación con respecto al total nacional. En cuanto al sector Pecuario se puede señalar la existencia de 7 millones 213 mil 182 cabezas de ganado comprendido entre vacuno, porcino y ovino, y en cuanto a aves más de 77 millones de animales. (INEC, 2014).

Se puede señalar que dentro de la población económicamente activa (PEA), el 60-65% de la población rural se dedica a las actividades de agricultura, caza, ganadería, pesca y silvicultura mientras que cerca del 7% de la población urbana se dedica también a estas actividades, evidenciando así la fuerte dependencia en las zonas rurales del país de la actividad agropecuaria en general, cerca de 4 millones de personas están vinculados a esta actividad o empleados por la misma. Los retos y desafíos a enfrentar por parte del gobierno ecuatoriano, los gobiernos provinciales y locales, las familias, los trabajadores agrícolas y aparceros; así como empresas dedicadas a la producción agropecuaria son disímiles. Parte por la organización y gestión de las leyes y políticas agropecuarias, pasando por temas cada vez más complicado como es el salario del trabajador agrícola, su remuneración y estímulo, elevar cada día más la calidad de vida del sector rural.

No podemos dejar de reconocer que la agricultura constituye un eslabón fundamental para la vida del Ecuador, tanto económicamente como socialmente debido a la cantidad de empleos que esta genera, así como la fuente de alimentación principal, aspecto estratégico que no se debe obviar. Se puede afirmar que en los últimos 50 años el agro ecuatoriano se ha modernizado. Por lo que constituye un verdadero desafío para los agricultores la transformación ordenada, de las tecnologías agrícolas, del proceso productivo en sí, de las cadenas de comercialización; así como de la lucha contra grandes empresas y transnacionales del sector. Convertir cada parcela en una poderosa y productiva entidad.

Por lo que el proceso agrícola ecuatoriano no puede calificarse solo como un experimento nacional, si no como el experimento de Ecuador, la visión del país; que no sólo oferta una oportunidad única para llevar a cabo una tecnología apropiada a gran escala, sino también el desarrollo de una agricultura sostenible, sustentable y eficiente. Se debe considerar uno de los desafíos de la transformación agropecuaria que enfrenta y enfrentará la agricultura: Un ordenamiento sobre bases científicas de planeamiento y gestión compatible con las estrategias de incremento de la gobernabilidad territorial. La puesta en práctica de programas de extensión agraria territorial para el entorno agropecuario.

Para ello se debe plantear varias Etapas o Fases, la ayuda y apoyo del gobierno, universidades, instituciones financieras entre otros. La aplicación de estrategias, acciones y la extensión por programas territoriales, en los cuales se suceden distintas acciones que requieren retroalimentarse de los distintos elementos de diagnóstico participativo y monitoreo, así como de la identificación y jerarquización de problemas, planeación estratégica y gestión de proyectos.

Son aún muchos los obstáculos que faltan por vencer para consolidar la agricultura y la ganadería en Ecuador, a pesar de los avances obtenidos la última década del siglo anterior. Las limitaciones económicas actuales obligan a maximizar la eficiencia interna en el uso de los recursos. ¿Es importante la Agricultura y la Ganadería hoy en día? Esta pregunta no queda sin respuesta importante no, dígame imprescindible, necesaria, vital; impulsa la economía de la mayoría de los países en desarrollo. Como se puede apreciar de manera fehaciente en la historia, muy pocos países han experimentado un rápido crecimiento económico y una reducción de la pobreza que no hayan estado precedidos o acompañados del crecimiento agrícola.

Muchas veces para economistas, estadistas y gobernantes se maneja de manera fría la agricultura o solo como cifras mientras que, a pesar de ser únicamente una actividad económica como forma de vida, patrimonio, identidad cultural, pacto ancestral con la naturaleza, no tiene un valor monetario. Cuantas civilizaciones han surgido y existen, de hecho, el mundo ha llegado a ser hoy gracias a esta actividad. Relacionado a esto cabe citar el cuidado y equilibrio con el entorno, el hábitat y el paisaje, la conservación del suelo, la ordenación de las cuencas hidrográficas, la retención de carbono y la conservación de los recursos escasos. Hoy en día los habitantes de la ciudad buscan un crecimiento de forma general de sus zonas rurales, demostrándose un creciente interés en los lugares de donde proceden sus alimentos.

El agro constituye el principal medio para salir del hambre de cerca de 850 millones de personas que hoy en día sufren mala nutrición, pobreza y otros flagelos que azotan al mundo. Solo se puede acceder a alimentos si estas personas lo producen ellos mismos. Es por ello que el uso de políticas agrícolas, en todos sus ámbitos (nacional, regional o internacional) se han convertido en herramientas imprescindibles para el desarrollo de los países en general. Muchas iniciativas y alternativas se tendrán que considerar, se debe potenciar el diálogo y la unidad

entre los líderes y visionarios del mundo, se debe cambiar la perspectiva y las ideas obsoletas existentes, un cambio de paradigma que logre seguridad alimentaria para todos los habitantes del mundo.

### **Metodología**

La investigación se realizó a través de trabajo de campo, cuenta con 4 etapas o elementos fundamentales. Diagnóstico de la localidad, diagnóstico económico o productivo asociado al tema agropecuario de la región. En esta etapa da paso al establecimiento de objetivos estratégicos agrupados en áreas de resultados claves; los cuales se tienen que cumplir, mediante un plan de acciones. El sistema de indicadores se construirá una vez obtenido el grupo de expertos, estos indicadores tienen que controlarse en diferentes períodos.

No menos importante es la etapa constituida por el control, seguimiento, corrección y retroalimentación. Pues una investigación nunca termina, sino que esta evoluciona y no se puede concluir con resultados finales ya que puede ser perfeccionada. Los logros deben ser extendidos a otras regiones del territorio de acuerdo a sus características y teniendo siempre presente sus particularidades. La validación de estas acciones se comprueba en la ejecución de las mismas, trabajar junto al obrero agrícola, capataz, empresario, montubio será el paso final y no conclusivo. Se hace necesario tener en cuenta las premisas para elaborar el procedimiento metodológico a seguir, para ello se auxilia de métodos teóricos y métodos empíricos como los métodos de investigación científica. Los métodos teóricos son aquellos que permiten revelar las relaciones esenciales del objeto de investigación no observables directamente, posibilitan la explicación, predicción, interpretación y comprensión de las informaciones recopiladas mediante los métodos empíricos, posibilitan la interpretación conceptual de los datos empíricos encontrados, permiten explicar los hechos.

### **Resultados**

Para los gobiernos del mundo la principal preocupación hoy en día es alcanzar niveles superiores de desarrollo junto al mejoramiento paulatino de todos sus habitantes. La búsqueda incesante de alternativas y soluciones a las principales problemáticas que los afecten, la formulación de alianzas y estrategias de cooperación con entes externos e internos. En fin, no se limita al deseo personal sino a múltiples factores tanto públicos como privados que implican la sociedad, las empresas, el medio ambiente y un equilibrio entre todos ellos. Entre los aspectos más importantes de las agendas gubernamentales se encuentran los temas de la economía, la agricultura, la calidad de vida de la población, la pobreza, los conflictos armados, los problemas ambientales entre otros; no siendo estos los únicos ni muchas veces los más tratados. Pero siempre ha sido una constante preocupación el tema del desarrollo y su importancia para los diferentes países en el mundo.

Para Karl Marx la palabra “desarrollo” significa: “quien como yo concibe el desarrollo de la formación económica de la sociedad como un proceso histórico-natural”. Muchos han sido los significados que se le ha dado a lo largo de los siglos, se le ha atribuido el progreso, la modernización y el crecimiento, pero siempre con el fin de impulsar la economía, las finanzas, el comercio, la sociedad e inclusive el Medio Ambiente. Para muchos países o regiones está enfocada en el bienestar de sus habitantes. Definición de desarrollo: la acción y efecto de desarrollar o desarrollarse. Verbo desarrollar: se trata de acrecentar o dar incremento a algo de orden físico, intelectual o moral. El desarrollo también hace referencia a la explicación de una teoría para llevarla hasta sus últimas consecuencias. Cuando el concepto de desarrollo se aplica a una comunidad humana, se refiere al progreso en el sentido económico, social, cultural o político. (Definiciones de desarrollo, 2012)

"Se entiende por desarrollo un complejo proceso de concertación entre los agentes, sectores y fuerzas que interactúan dentro de los límites de un territorio determinado, con el propósito de impulsar un proyecto común

que combine la generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, sustentabilidad ecológica, enfoque de género, calidad y equilibrio espacial y territorial con el fin de elevar la calidad de vida y el bienestar de cada familia y ciudadano que viven en ese territorio o localidad. Más aún implica la concertación con agentes regionales, nacionales e internacionales, cuya contribución enriquece y fortalece ese proceso que tiene una lógica interna, que avanza de manera gradual pero no dinámica ni lineal, que le da sentido a las distintas actividades y acciones que realizan los diferentes actores, este proceso afecta determinadas partes de un país, las cuales reciben el nombre de regiones [...], el desarrollo regional, así entendido, forma parte del desarrollo general de la nación". La Organización de las Naciones Unidas. (ONU, 2008)

La política pública generalmente apunta al desarrollo continuo, al crecimiento continuo y la expansión incesante y sostenida de la economía y la sociedad; para finalmente extender la economía nacional de modo que "los países en vía de desarrollo" se hagan "países desarrollados". Esta idea se puede considerar muchas veces una utopía puesto que en los últimos 50 años cuántos países en realidad han alcanzado tan "añorado" nivel de desarrollo o han dejado de ser países del "tercer mundo" para acceder a países del "primer mundo". Idea bastante polémica que suscita los más enconados debates hoy en día.

Una concepción clara es que no se comienza a buscar soluciones a nuestras principales problemáticas sin antes realizar un profundo análisis de los factores que estos encierran y para nuestras economías y países latinoamericanos el tema del desarrollo va conjuntamente aparejado y estrechamente ligado al tema de la Agricultura debido a la importancia estratégica de esta. No se puede comenzar a trabajar, a pensar y buscar soluciones sin antes haber comido decorosamente. En fin una dimensión económica del desarrollo lo constituye su vínculo con los modelos de desarrollo adoptados y su implementación, buscando preservar la capacidad productiva de los recursos naturales. Y en la misma medida, la necesidad de mantener una seguridad para las generaciones presentes y futuras estableciendo límites a ese desarrollo socio-económico.

Una idea central que sirve como guía de esta investigación es el fomento de la participación de las comunidades locales en sus Planes de Desarrollo, es decir, la conversión de las administraciones territoriales y locales en entes del desarrollo en los principales impulsores del desarrollo económico y social. Debe primar siempre la particularidad de ajustarse al máximo de sus necesidades y peculiaridades, tener en cuenta sus recursos endógenos y su entorno, sus tradiciones y cultura.

Según estimados más del 53% de la población mundial vive en áreas urbanas, estos valores mantendrán un ascenso en las proyecciones futuras mientras que la rural presenta tendencias a su disminución, estos datos varían según cada país o región del planeta. Se estima también que cerca del 75% de los pobres del mundo viven en zonas rurales. Indicadores del Desarrollo Mundial (WDI). (Banco Mundial, 2014).

En Ecuador se ha incrementado el número de personas en áreas rurales siendo de más de 5 millones 802 mil, representando cerca del 36% del total de la población del país. Es también necesario destacar que en el área rural la pobreza alcanzó el 35,29% de la población existiendo una gran brecha entre estas dos áreas. También podemos afirmar que los mayores índices de problemas asociados a este fenómeno se encuentran en estas zonas. Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU, 2014). Esto significa un llamado de alerta a los gobiernos y según la proyección general se hace necesario y urgente revertir esta situación. Se hace un llamado a la sociedad en general y toda acción que se tome en ese sentido será un paso de avance.

La principal actividad económica de las zonas rurales es la agricultura, por tanto, los pobladores de esta zona



son enteramente dependientes de esta actividad. Lograr un incremento de las producciones, así como un reparto equitativo de los beneficios tiene que ser la principal alternativa y estrategia en estas localidades. Por tanto, es la agricultura la principal arma con que cuentan los pobladores rurales de Ecuador, hacer de ella un modelo eficiente y sostenible será la alternativa ideal para enfrentar un futuro lleno de incertidumbres y cambios.

Se puede definir la agricultura como el “arte de cultivar la tierra”. El origen de la palabra viene de los vocablos griegos *ager*, *agri* que significa campo, tierra de labranza y *cultura* que significa cultivo, crianza. (Diccionario de la lengua española, 2015). Por tanto, en esas palabras se puede afirmar que es un conjunto de técnicas y conocimientos para el cultivo de la tierra; comprendiendo a todo el conjunto de acciones del hombre relacionadas a este tema. La misma constituye el sector primario de las economías de cada nación, siendo el recurso más importante e imprescindible con que cuenta el ser humano.

La Agricultura se basa en los siguientes principios:

Una explotación racional de los recursos naturales; sin destruirlos ni provocar desequilibrio en el Medio Ambiente.

- Se toma como muestra a la naturaleza, ella es la fuente mayor de riquezas.
- Se favorece la biodiversidad.
- Se favorece la implantación de bosques.
- Se favorece la fauna silvestre.
- Se minimiza la utilización de componentes químicos, fertilizantes pesticidas entre otros.
- Se recomienda la capacitación periódica del agricultor, la continua investigación y la organización comunitaria.
- Se introducen los adelantos de la ciencia y la técnica.

Sin embargo, los mayores retos, se presentan básicamente en la capacidad de renovación de los recursos. La regulación y ocupación del territorio a partir de su aprovechamiento óptimo. Es decir, condiciona el uso y transformación eficiente y sostenible de los recursos naturales, sociales y económicos de que disponen los territorios. Entre el uso y transformación de estos recursos, especial atención se le ha atribuido a la tierra y la agricultura.

La problemática contemporánea de la producción agrícola ha evolucionado de una dimensión técnica a un concepto mucho más amplio donde se contemplan aspectos sociales, económicos, políticos, culturales y ambientales. El concepto de sustentabilidad tiene que ver con la agricultura concebida como un sistema económico, social y ecológico. La forma en que se han abordado teorías, donde en el curso del tiempo ha sufrido cambios, de ahí que pueden identificarse distintas etapas caracterizadas por tendencias que han dominado temporalmente estas investigaciones.

Es así que, desde la última década del siglo XX, las tendencias han estado encaminadas hacia la aplicación de técnicas sostenibles en la búsqueda de formas de producción que sean menos agresivas en la naturaleza y que no dependan de los métodos y técnicas que durante mucho tiempo han contribuido a la situación dramática que afecta hoy en medio ambiente mundial. La agricultura eficiente y sostenible está estrechamente relacionada con la calidad de los alimentos producidos, la calidad del agua, la conservación de los suelos, el incremento de la biodiversidad, la recuperación de ambientes degradados, la estabilidad del núcleo familiar en el campo, el acceso de estos a diferentes servicios, la diversificación e industrialización de la producción, la eliminación de las enfermedades. Resultados de malos manejos en fin a una unión entre los componentes económico-financiero;

social y medio ambiental.

La agricultura y desarrollo rural en esta investigación proponen una nueva visión: un sector agrícola que no sólo garantice la seguridad alimentaria mediante una mayor producción y una adecuada gestión comercializadora de estos bienes, sino también que ayude a las personas del campo a satisfacer sus aspiraciones socioeconómicas y culturales, que proteja y conserve la base de recursos naturales para atender las necesidades futuras.

Esto significa que el desarrollo agrícola y rural se hace sostenible, sustentable, eficiente y con excelentes resultados cuando respeta el medio ambiente, es viable desde el punto de vista económico y financiero, justo desde el punto de vista social, apropiado culturalmente, humano y basado en un enfoque científico integral.

### **Caracterización de la localidad**

Una localidad es: un conjunto de elementos en interacción dinámica, localizado dentro de los límites de un espacio físico determinado, organizados en función de un fin. El espacio local, en tanto sistema, se compone de un conjunto de subsistemas en interacción dinámica entre sí y con su medio ambiente, cuya finalidad es la satisfacción de las necesidades no solo de las personas que viven y/o trabajan en esta localidad, sino de las necesidades e intereses de los diferentes subsistemas que forman parte del sistema local. (Díaz R. , 2011)

El Cantón Salitre, también conocido como la “Capital montubia del Ecuador”, debido a lo arraigado y mantenido de la tradición y costumbres propias del acervo cultural. Los habitantes se levantan desde temprano dedicados a las labores del campo. Se encuentra enmarcado en la provincia de Guayas, al norte de la misma. Limita al norte con los cantones de Vinces y Palestina, al sur con los cantones de Samborondón, Daule; al oeste con los cantones de Santa Lucía y Daule y al este con Vinces, Baba y el río Babahoyo. Muchas veces la actividad comercial de este cantón está influenciada por la actividad comercial con la vecina provincia de Los Ríos. El cantón cuenta con 4 parroquias Junquillal, General Vernaza (Dos Esteros), La Victoria (Ñauza) y El Salitre (las Ramas).

Tiene una extensión territorial de 39 358,09 hectáreas (0,4 mil Km<sup>2</sup>), geográficamente se ubica entre las coordenadas 1°49'45.83"S de latitud sur y entre los 79°48'56.40"O de longitud oeste. Posee una población de 57,4 mil habitantes con una densidad de habitantes de 147 hab/ Km<sup>2</sup> con un total de 148 asentamientos poblacionales; la composición es la siguiente Urbana el 18,9% y rural el 81,1%, Mujeres el 48% y hombres el 54% y la población económicamente activa es el 43,4% del total.

El clima de la región es sumamente favorable para la actividad agrícola, las temperaturas oscilan de 24oC y 27oC con dos estaciones marcadas durante todo el año; seca y lluviosa, las precipitaciones alcanzan valores de hasta 1200 y 1500 mm, la humedad relativa varía desde el 70 y 90% todo el año.

Como se ha señalado la principal actividad económica la constituye la Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con el 72,4% de la población ocupada a esta actividad, le siguen por orden el comercio al por mayor y menor con un 7,1% de los habitantes, actividades de los hogares como empleadores, 3,3%; la enseñanza con 3%, la construcción el 2,9%; industrias manufactureras el 2,8%; transporte y almacenamiento 2,4%; administración pública y defensa, actividades de alojamiento y servicio de comida y actividades de servicios administrativos y de apoyo todos con menos del 2% cada uno, existen otros que representan aproximadamente el 2,4% de la población ocupada.

Las principales producciones por área cultivada lo representan el arroz el 68,76% del total del suelo; el pasto cultivado con más de 7mil hectáreas 17,81%, el cacao 4,82%, pasto natural 2,17% finalmente existen otras producciones con áreas significativamente más pequeñas como son Banano, Maíz, Mango, Plátano, y Soya. La otra parte del territorio está distribuida en asociaciones 1,87%; cuerpos de agua 1,44%; humedales 0,9% e infraestructura y misceláneos con el 0,71% del total solo representan cerca del 5% del total de suelo del cantón, aproximadamente 1963 hectáreas. El cantón Salitre está ocupado en su mayoría cerca del 68,96% por parcelas pequeñas de 0 a10 hectáreas, principalmente por cultivos de arroz, plátano y asociaciones o huertos denominados “Misceláneo indiferenciado”, donde se encuentra una mezcla de cacao, banano, plátano, cítricos, frutas tropicales, yuca maíz, mango y otros cultivos anuales. Las parcelas medianas de 10 a50 hectáreas, representan el 10,15% de la superficie en esta categoría se encuentran cultivos de cacao con sombra, soya, mango. Las parcelas grandes mayores a 50 hectáreas representan el 15,10% representado por parcelas de banano y pasto cultivado.

### **Diagnóstico del Cantón Salitre**

Para la realización de este diagnóstico se consideran diagnósticos realizados con antelación, trabajos investigativos realizados anteriormente en esta localidad. Además, se aplican técnicas como la entrevista y la observación. Dentro de las técnicas de diagnóstico existe una gran variedad como lo es la Matriz FODA, la Matriz VESTER, el Diagrama ISHIKAWA o espina de pescado, así como el Árbol de Problemas.

Para el presente trabajo investigativo se decide utilizar la Matriz VESTER, un instrumento analítico siempre de gran ayuda. Se escoge a 30 familias de cada parroquia, 90 empresas del territorio además de las principales figuras en cuanto a influencia e importancia dentro del territorio para aplicar el Diagnóstico. Es el momento ideal para incluir todas las perspectivas y visiones de los montubios, los trabajadores agrícolas, los propietarios, los empresarios, las amas de casa, directivos y líderes de la comunidad para conformar finalmente un listado con los principales aspectos fuertes y débiles junto a su análisis. La aplicación de encuestas es el basamento y la forma de proceder en este momento. Se podrá identificar cuáles son los problemas fundamentales que están afectando la comunidad lo que permite arribar a conclusiones parciales y a partir de este punto ir trazando ideas y proyectando acciones que atenuaran estas dificultades. Ver Anexo 1.

### **Resultados VESTER**

1. Principales problemas que afectan al Cantón Salitre perteneciente a la Provincia Guayas.
2. Bajos niveles de producción y baja productividad de las producciones agropecuarias. Ineficiente comercialización de las mismas.
3. Escaso nivel tecnológico. No uso de los adelantos científicos y técnicos en la rama Agrícola.
4. Bajos niveles de inversión, no acceso a fuentes de crédito y financiación. Falta de apoyo financiero a las actividades.
5. Bajos salarios, deficiente sistema de estimulación, mal manejo de los beneficios y las utilidades.
6. Pocos estándares de producción y ausencia de normas. No industrialización de la región. Ausencia de sistemas de calidad, certificación de productos y servicios.
7. Altos índices de pobreza, insalubridad y analfabetismo en la región. Problemas serios en el tema de la vivienda. Baja Calidad de vida de la población rural, no seguridad alimentaria de algunas familias.
8. Afectaciones climáticas, Riesgos por inundaciones y sismos. Vulnerabilidad general en todos los servicios y producciones.
9. Mano de obra poco calificada. Deficiente atención al hombre. No superación de agricultores y propietarios.

10. No diseño de modelos, estrategias y acciones que fomenten y propicien el desarrollo de la actividad agropecuaria.
11. Poca orientación y guía por parte del gobierno, universidades y otras entidades. No se aprecia apoyo del gobierno en diversas actividades.

El Anexo 2. Muestra la encuesta de impactos de la técnica utilizada para el diagnóstico de la localidad, el mismo que se encuentra en la tabla 1. Con datos que se lleva a un plano cartesiano donde los activos se ubican en el eje X los pasivos en el eje Y. Luego se trazan dos líneas justo en la mitad del valor máximo que toma cada eje.

- El cuadrante I (superior derecha) se denominan Problemas críticos.
- Cuadrante 1: Críticos. Problemas de total activo total pasivo altos. Se entienden como problemas de gran causalidad que a su vez son causados por la mayoría de los demás. Requieren gran cuidado en su análisis y manejo ya que de su intervención dependen en gran medida lo resultados finales.
- El cuadrante II (superior izquierda) se denominan Problemas pasivos.
- Cuadrante 2: Pasivos. Problemas de total pasivo alto y total activo bajo. Se entienden como problemas sin gran influencia causal sobre los demás pero que son causados por la mayoría. Se utilizan como indicadores de cambio y de eficiencia de la intervención de problemas activos.
- El cuadrante III (inferior izquierda) se denominan Problemas indiferentes
- Cuadrante 3: Indiferentes. Problemas de total activos y total pasivos bajos. Son problemas de baja influencia causal además que no son causados por la mayoría de los demás. Son problemas de baja prioridad dentro del sistema analizado.
- El cuadrante IV (inferior derecha) se denominan Problemas activos.
- Cuadrante 4: Activos Problemas de total de activos alto y total pasivo bajo. Son problemas de alta influencia sobre la mayoría de los restantes pero que no son causados por otros. Son problemas claves ya que son causa primaria del problema central y por ende requieren atención y manejo crucial.

Para procesar la matriz VESTER se hizo necesario en primer lugar la unificación y ampliación de diferentes problemáticas hasta obtener un total de 10, las más significativas, importantes e influyentes. El mismo que se evidencia en la Figura 2. En el cuadrante I se encuentran los problemas críticos, presentan altos totales de activo y pasivo, dentro de ellos se tienen:

1. Bajos niveles de inversión, no acceso a fuentes de crédito y financiación. Falta de apoyo financiero a las actividades.
2. Bajos salarios, deficiente sistema de estimulación, mal manejos de los beneficios y las utilidades.
3. Pocos estándares de producción y ausencia de normas. No industrialización de la región. Ausencia de sistemas de calidad, certificación de productos y servicios.
4. 9. No diseño de modelos, estrategias y acciones que fomenten y propicien el desarrollo de la actividad agropecuaria.
5. Se entienden como problemas de gran causalidad que a su vez son causados por la mayoría de lo demás, requieren gran cuidado en su análisis y manejo ya que de su intervención dependen en gran medida lo resultados finales.
6. En el cuadrante II se encuentran los problemas pasivos, en este cuadrante se tienen:
7.
  - a. Bajos niveles de producción y baja productividad de las producciones agropecuarias. Ineficiente comercialización de las mismas.

- b. Escaso nivel tecnológico. No uso de los adelantos científicos y técnicos en la rama Agrícola.
  - 8. Afectaciones climáticas, Riesgos por inundaciones y sismos. Vulnerabilidad general en todos los servicios y producciones.
  - 9. Se entienden como problemas sin gran influencia causal sobre los demás pero que son causados por la mayoría, se utilizan como indicadores de cambio y de eficiencia de la intervención de problemas activos.
  - 10. En el cuadrante III se encuentran los problemas indiferentes, no existiendo ninguno.
  - 11. Son problemas de baja influencia causal además que no son causados por la mayoría de los demás. Son problemas de baja prioridad dentro del sistema analizado.
- En el cuadrante IV se encuentran los problemas activos; dentro de ellos se tienen:
- 12. Altos índices de pobreza, insalubridad y analfabetismo en la región. Problemas serios en el tema de la vivienda. Baja Calidad de vida de la población rural, no seguridad alimentaria de algunas familias.
  - 13. Mano de obra poco calificada. Deficiente atención al hombre. No superación de agricultores y propietarios.
  - 14. Poca orientación y guía por parte del gobierno, universidades y otras entidades. No se aprecia apoyo del gobierno en diversas actividades.
  - 15. Este ha sido el análisis o acercamiento inicial a la realidad y principales problemáticas que están afectando al Cantón Salitre. Con la realización de este diagnóstico inicial se da inicio a la búsqueda de soluciones para estas dificultades mediante acciones específicas en las actividades principales de la región.

### **Plan de acción**

Estas acciones solo representan una parte de lo que queda por hacer son algunas propuestas obtenidas por parte del investigador y colaboradores, es también importante señalar el aporte realizado por aquellos agricultores y sus familias en el deseo de obtener un Salitre digno de imitar, un ejemplo en la provincia y las mejores condiciones y nivel de vida a que se puede esperar.

### **Plan de Acciones para el ARC 1**

- Garantizar un entorno económico y social propicio.
- La diversificación de la producción y procesamiento de productos pos cosecha e industria de los alimentos.
- La búsqueda de los mecanismos económicos, contables y de mercado apropiados
- La obtención de cantidades suficientes en insumos agrícolas para lograr producciones altas, estables y rentables.
- Promover la asignación y utilización óptimas de las inversiones públicas y privadas para fortalecer los recursos humanos, los sistemas alimentarios, agrícolas, pesqueros y forestales sostenibles y el desarrollo rural en zonas de alto y de bajo potencial.
- Lograr la autogestión, en la solución de sus problemas internos (Autonomía).
- Ser mucho más eficientes en su gestión, logrando desarrollo sostenible en la agricultura.
- La contribución de los sistemas agrícolas nacionales y las políticas nacionales enfocada al incremento de la seguridad alimentaria.
- Aplicar una adecuada política agropecuaria.
- Obtención de semillas de calidad.
- Incrementar la reutilización de los residuales líquidos y sólidos en la agricultura, convirtiéndolo en una actividad realmente sistemática y priorizada, que disminuya la contaminación de los suelos y el agua, a la vez que permite beneficios económicos a los productores.
- Creación de un sistema de pastoreo para el ganado ajustado a las condiciones de la localidad.
- Uso racional de los pastos y forrajes. Alcanzar alternativas para el alimento animal.

- Incrementar la producción de caña de azúcar, viandas y vegetales, granos, arroz, frutales, huevos, leche y carne de cerdo como reglones de producción.
- Crear una conciencia sobre la cultura económica.
- Incrementar en lo posible el fondo de tierra que permita aprovechar al máximo las capacidades instaladas de industria, la maquinaria, el transporte, sembrar el máximo de las áreas
- Disminuir al máximo posible las afectaciones climáticas.
- Las producciones deben contar con su propio financiamiento por vía del capital de trabajo que se disponga o de créditos bancarios u otras fuentes; específicos para su desarrollo o producción, deben estar organizados en fincas o parcelas, con participación de trabajadores que constituyan un colectivo, que reciban sus ingresos acordes a los resultados del trabajo y cuya producción se convenía y comercialice.
- Incrementar los volúmenes de siembra, así como los rendimientos agrícolas en correspondencia con el potencial de cada lugar; lograr el rendimiento potencial de la variedad en dependencia de las características edofoclimáticas del área donde se cultive.

### **Plan de Acciones para el ARC 2**

- Organizar mejor las fuerzas productivas del campo, en áreas de lograr un aumento de la producción agrícola en general.
- Acceder a créditos blandos, con el instrumento financiero adecuado, para la realización de inversiones.
- Aumentar la fuerza laboral sobre todo los jóvenes, para la obtención de empleos y posibilidades económica del trabajo del campo de forma que se mejore la producción agrícola.
- Priorizar la conciliación de determinadas prácticas de agricultura intensiva que es necesario mantener, con la introducción gradual, sistemática, permanente e integrada de los elementos componentes de una agricultura sostenible.
- Enfrentar la centralización y especialización de las cadenas agroalimentarias.
- La búsqueda de modelos de explotación agrícola y formas organizativas de la producción acordes con los cambios que ocurren en el mundo y en especial en el entorno rural.
- Continuar el desarrollo de la producción pecuaria, teniendo en cuenta el uso de recursos locales, sistemas silbo pastoriles y el uso de las leguminosas en la producción animal que además enriquecen el suelo. Al respecto se tomarán las medidas necesarias para el tratamiento de sus residuales, su uso en abonos orgánicos y para evitar el efecto degradante sobre el suelo del manejo inadecuado del pastoreo.
- El ajuste de estructuras, funciones y perfeccionamiento de las empresas.
- Organizar las campañas de preparación de suelos, cultivos y fertilizaciones.
- Elevar los resultados en el mantenimiento, uso y explotación de la mecanización, realizando el balance de carga y capacidades en función de los índices a alcanzar y establecer los regímenes de trabajo que aseguren el cumplimiento de las labores.
- Realizar preparación del suelo con máxima calidad según las características del suelo planificando los equipos e implementos por tecnologías y por meses. La calidad máxima definirá el índice de combustible a utilizar.
- Incrementar la gestión de dirección, priorizando el adecuado control de uso de los combustibles, fertilizantes y herbicidas (incluye la adecuada conservación, las normas de consumo establecidas y el cumplimiento de las normativas técnicas en su empleo). Lograr la capacitación y preparación de todos los agricultores y propietarios, así como empresarios.

### **Plan de Acciones para el ARC 3**

- La implementación de tecnologías apropiadas con una relación armónica entre los recursos localmente disponibles, los insumos externos y la productividad.

- La conciencia sobre la cultura tecnológica.
- Capacitar y escolarizar a todos los miembros de las familias campesinas.
- Adoptar e introducción de nuevas y más sofisticadas tecnologías apropiadas a su entorno, sin presiones políticas tecnológicas.
- Preparación y capacitación de los dirigentes para un mejor desempeño.
- La formación profesional de pregrado y postgrado para las necesidades de la agricultura y la capacitación constante de los recursos humanos.
- Promover el extensionismo de los resultados de la ciencia e innovación tecnológica y la participación de la comunidad, unido al desarrollo de producciones orgánicas debidamente certificadas.
- Dar prioridad a la introducción de los logros de la ciencia y la técnica en la agricultura, mediante un buen eficiente sistema de innovación tecnológica.
- La apropiación del sistema de ciencia y técnica, la gestión tecnológica y la adopción de un sistema de extensión rural que viabilice la adopción de tecnología agrícola.

#### **Plan de Acciones para el ARC 4**

- El mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad rural atendiendo a los aspectos socio-culturales.
- El desarrollo de programas de educación, salud, alimentación, etc.
- El fomento de asentamientos poblacionales para garantizar el bienestar de las comunidades.
- La creación de mejores condiciones que propiciaran el cambio de los niveles de vida, aspiraciones y motivaciones personales de las personas del campo.
- Mejorar las condiciones de vida del campesinado, en cuanto a vivienda, alimentación e ingresos.
- Ofrecer una alternativa más viable, rápida y efectiva de atención a la salud en toda la comunidad, con la atención primaria garantizada.
- Crear comunidades campesinas, con viviendas más honorables y vinculadas al entorno productivo.
- Eliminar definitivamente el analfabetismo de la región.
- Disminuir el índice de pobreza muy superior a la media nacional y de la provincia.

#### **Plan de Acciones para el ARC 5**

- Prevenir y estar preparados para afrontar las catástrofes naturales y emergencias de origen humano, y atender las necesidades transitorias y urgentes de alimentos.
- Ampliar la construcción y utilización del drenaje y la nivelación de tierras y realización de obras hidráulicas utilizadas para el riego de los cultivos.
- Construcción de un embalse o micro-presas que sea capaz de garantizar la existencia de agua durante todo el año.
- Aplicar un sistema de riego a los cultivos donde se incluyan nuevas técnicas y métodos para la realización del mismo.
- Disminuir los niveles de contaminación de los suelos.
- Disminuir los índices de contaminación del agua.

#### **Plan de Acciones para el ARC 6**

- Aplicar políticas para erradicar la pobreza y la desigualdad y mejorar el acceso físico y económico de todos a los alimentos.
- La conciencia sobre la cultura de la sostenibilidad.
- Lograr que las tecnologías y el uso de fertilizantes no afecten el medio ambiente.

- Adoptar políticas y prácticas participativas y sostenibles de producción de alimentos y desarrollo rural en las zonas de alto y de bajo potencial.
- Asegurar que las políticas de comercio contribuyan a fomentar la seguridad alimentaria para todos.
- Ser mucho más eficientes en su gestión, logrando desarrollo sostenible en la agricultura.
- Mejorar el uso y manejo de los suelos sobre la base de tecnologías y sistemas apropiados, que conduzcan a la sostenibilidad agraria, para lo cual deben desarrollarse un sistema de producción basado en un manejo integral de los recursos.
- Hacer énfasis en la adecuada utilización de las labores agro-técnicas y la aplicación de cambios en los modelos de labranza y cultivo, en el ordenamiento de los suelos por su fertilidad o agro-productividad, con un adecuado balance de la fertilización inorgánica y orgánica en la cantidad y la calidad necesarias.
- Aplicar de forma consecuente el policultivo y una adecuada rotación de cultivos que logre, no sólo enriquecer el suelo, sino también la preservación de la diversidad biológica, aún dado a una mayor promoción de la intercalación de cultivos.
- Fortalecer el manejo integrado de plagas, mediante controles Fito-sanitarios de estas y las enfermedades que generan, con medios biológicos y productos naturales alternativos, disminuyendo cada vez más el uso de plaguicidas químicos.
- Aplicar una adecuada política varietal, que incluya la obtención de variedades resistentes al estrés biótico y abiótico y la obtención de semillas de calidad,
- Realizar una adecuada especialización de la reforestación para los diferentes ecosistemas, que incluya las variedades adaptables a los mismos, y el enriquecimiento de la diversidad en la flora forestal y su consiguiente control después de la implantación concluyendo el Ordenamiento Forestal.
- Realizar un adecuado balance de la maquinaria pesada y ligera que se introduce en los campos, con vistas a la disminución de la compactación de los suelos, aplicando un uso más generalizado del subsolado profundo y otras medidas agro-técnicas que tiendan a la recuperación de los suelos afectados, utilizando al máximo posible la tracción animal.
- El uso de los suelos según su vocación, conservación y mejoramiento.
- El manejo de las variables climáticas de acuerdo a los cambios asociados a fenómenos globales.
- Asegurar las plantaciones, realizando el correspondiente análisis de costo y beneficios por la toma de decisiones; se debe tener en cuenta el riesgo, la frecuencia, los posibles costos de tener que asumirlos y las ventajas de las diferentes pólizas.

Se propone además conformar un equipo multidisciplinario compuesto en su mayoría por los miembros de la localidad, el gobierno, las empresas y finalmente trabajadores líderes cuya misión fundamental sea:

1. Registrar y medir si han ocurrido cambios una vez aplicadas y en ejecución las acciones propuestas.
2. Comparar si los resultados obtenidos son iguales a los resultados esperados.
3. Controlar y fiscalizar la materialización de las acciones y los recursos.
4. Corregir emprendiendo acciones que puedan solucionar posibles deficiencias surgidas en el futuro.
5. Aplicar, vigilar y dar seguimiento al Plan de Acción.

El objetivo fundamental de la creación de este instrumento es evaluar sistemáticamente los niveles a alcanzar por el plan de acciones en cada una de sus etapas y fases, detectar desviaciones, sus causas y dictar las medidas correctivas correspondientemente en el logro del desarrollo y mejora de los resultados finales de la entidad, mejorando continuamente los resultados en todas las áreas y actividades. Motivar e incentivar en los trabajadores residentes del Cantón, así como en los organismos e instituciones vinculadas al funcionamiento del mismo el interés, apoyo y participación en las iniciativas que se tomen para elevar los niveles de satisfacción, calidad de



vida, desarrollo económico y desarrollo social a través del cumplimiento de las acciones trazadas de forma tal que se alcancen los objetivos trazados y las metas propuestas de mejorar la producción y garantizar la comercialización óptima.

### **Conclusiones**

El desarrollo económico local es aquel proceso reactivador y dinamizador de la economía de un territorio, que, mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes de una determinada zona, es capaz de estimular el crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida. La agricultura constituye la base del desarrollo económico y en especial del Cantón Salitre, la misma apunta a favorecer el desarrollo de todas las actividades que ella abarca; el sector agropecuario debe trazar estrategias y acciones para mejorar continuamente sus resultados y su comercialización, así como la vida económica y social en general.

Se elaboró una propuesta metodológica fundamentada en varias etapas y con la participación de actores y expertos. La misma puede utilizar diversas herramientas e instrumentos como las encuestas y entrevistas, talleres, tormenta de ideas, métodos prospectivos (Método de expertos) Delphi y diferentes softwares los cuales permiten obtener los resultados finales. Se elaboró un diagnóstico de la localidad permitiendo acercarnos a una realidad presente en el territorio, obtener las principales problemáticas, así como una visión sobre los objetivos y metas a alcanzar.

La tecnificación de las actividades agrícolas es esencial para elevar el nivel de los productos con miras a competir en el mercado internacional, con ello se elevará el nivel de vida de los habitantes pero sin descuidar la toma de medidas para minimizar el impacto ambiental. Finalmente se propone el plan de acciones para cada una de las áreas, para mejorar de forma integral aspectos vitales como los elementos económicos y financieros del territorio, aspectos científicos y técnicos, elementos sociales, jurídicos, medio ambientales y una serie de deficiencias de carácter externo. Lo que propiciará el incremento de los índices generales de desarrollo del territorio; así como el equilibrio: economía-sociedad-medio ambiente. Además, este plan de acciones diseñado, logrará la potencialidad de la agricultura en esta localidad. Se diseñó adicionalmente el instrumento de seguimiento y control para plan de acciones.

### **Referencia bibliográfica**

- Banco Mundial (2015). Datos. Población mundial, población rural. Accedido septiembre, 2015. Recuperado a partir de <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.RUR.TOTL.ZS>
- UTMACH. (2015). Obtenido de <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/>
- World Trade Organization. (2017). Obtenido de [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)
- Agudelo de Bedout, S. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde Colombia. *Revista de negocios Internacionales*, 2(1), 3-11.
- Allen, D. (2006). Comemos combustibles fósiles. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*.
- Alvarez, G. (1992). El Constructo "Clima Organizacional": Concepto, teorías, Acciones Investigacion y Resultados Relevantes. *Interamericana de Psicología Ocupacional*.
- Ancona, M., Camacho, M., & Garcia-muñoz, C. (2012). Motivacion laboral en empleados administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. *Revista internacinal de administración y finanzas*, 121-134.
- Andrews, K. (1977). El concepto de estrategia en la empresa. Pamplona. Pamplona: Ed Universidad de Navarra.
- Angulo, S. (5 de abril de 2017). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. *El Comercio*.
- Anónimo. (16 de junio de 2016). Diario El Telegrafo - Economía. Obtenido de MAs de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por->

presunta-estafa-masiva

- Ansoff, H. (1976). *La estrategia de la empresa*. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra.
- Ansón Lapeña, J. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez, V. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Apuy, L. (2008). Factores del Clima Organizacional que influyen en la Satisfacción Laboral del Personal de Enfermería, en el Servicio de Emergencias del Hospital San Rafael de Alajuela, Junio- Noviembre 2008. San José, Costa Rica.
- Araujo, A., & Tapia, E. (2015). Economic Problems that Officials and Analysts are Worried About. *El Comercio*, 1.
- Araujo, J. A. (2007). Rendimiento empresarial. *Mediterraneo Economico*, I(11), 60.
- Arias . (2006). *La investigación documental*.
- Arredondo, F., Maldonado, V., & De la Garza, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, Actitudes ante edad y género. *Scielo*, 24(43), 285-305.
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión* 2004; vol. 5(17), 23-29.
- Asamblea Constituyente. (2014). *Código Orgánico Monetario y Financiero*. Quito: Lexis.
- Asamblea Nacional. (2014). *Ley Orgánica de Discapacidades*. Quito.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Lexis.
- Asamblea Constituyente. (2009). *Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera*. Quito: Lexis.
- Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. (2012). *Reservas mundiales*. España: CEIDA.
- Awad, G., & Valencia, A. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. *Reflexión Política*, 80-89.
- Aybar Arias, C., Casino Martínez, A., & López Gracia, J. (2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30121108>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la Responsabilidad Social Empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: Comunicado de Prensa.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). *Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>
- Banco Mundial. (2013). *Los principios de Ecuador*. Estados Unidos: [http://www.equator-principles.com/resources/equator\\_principles\\_spanish\\_2013.pdf](http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_spanish_2013.pdf).
- Barranco Saiz, F. J. (2010). *Marketing Político*. Madrid: ESIC Editorial.
- Barrientos Felipa, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. *Semestre Económico*, 122-123.
- BCE / INEC / Medios de Comunicación. (09 de marzo de 2017). *Diario El Telégrafo*. Obtenido de *La quiebra de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones*: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quiebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas-costaron-usd-8-600-millones>
- BCE. (2017). Banco Central del Ecuador. Obtenido de *Preguntas Frecuentes / Fondos de liquidez*: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/ServiciosBCentral/FondoLiquidez/preguntasFrecuentes.pdf>
- Bernal, C. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.
- Boada, J. V., & Arguello, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicosomáticas como consecuentes del

clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema, Revista Anual de Psicología*, 125-131.

Bonilla, L. (29 de Mayo de 2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *El Observador Económico*.

Bosma, N., & Amorós, J. E. (2013). *Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe*. Concepción, Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. Obtenido de <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>

Bouhali, R. (2015). *Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning*.

Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. (2007). *Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe*. México: Teoría y Praxis.

Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J. (2007). *Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid.

Bustamante, J. (2013). *Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas, Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TESIS%20COMPLETA.pdf>

Cabrera M. (2013). *El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador*. Quito, Ecuador: tesis de grado Universidad San Francisco De Quito.

Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros. (2013). *Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos Escambray*. Santiago, Chile.: Editorial Edicasa.

Caligiore, I., & Diaz, J. (2003). *lima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio*. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 8. N° 24, 60-64.

Campos, G. (2003). *Implicaciones del Concepto de Empleabilidad*. *Revista Iberoamericana de Educación* (ISSN: 1681-5653).

Canals, A. (2003). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de *La gestión del conocimiento*: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>

Castro Martínez, L. (2012). *El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama*. *Norteamericana*, 14.

CEAACES. (2015). *La gestión e proyectos en las IES*. Guayaquil: Gobierno.

Cevallos, P. (10 de Enero de 2010). *Primary education is practically universalized according to Ecuadorian government*. *EFE News Service*, pág. 1.

Chaparro, L. (2006). *Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas públicas y privadas)*. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 7-32.

Chiang, M., Botelo, M., & Huerta, P. N. (2008). *Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas) Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos*. *Revista Universum* N: 23 Vol.2, 66-85.

Cibrán Ferraz, P., Prado Román, C., Crespo Cibrán, M., & Huerte Galbán, C. (2013). *Planificación Financiera*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

CIRFS. (02 de 08 de 2017). Obtenido de *European Man-Made Fibres Association* : <http://www.cirfs.org/>

Clark, C. (1940). *Las condiciones del progreso económico*.

Clement Norris & Pool Jhon. (1982). *Economía: Enfoque América Latina*. México: McGraw-Hill, Pág. 13.

Clerc, I. (2012). *Introducción a las condiciones del trabajo*. OIT. 346 p. Ginebra.

COMEX. (2015). *Importaciones - Evolución*.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde*. Bruselas: Comisión Europea.

Consejo Nacional de Educación. (2006). *Plan Decenal de Educación*. Quito.

Consortio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES). (2010). Quito.

Constitución. (1998). Art. 306. Quito.

Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2015). El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>

Coviello, M. (2003). Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: CEPAL.

Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P. (2010). UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. . Loja, Loja, Ecuador: : Universidad Nacional de Loja.

De la Torre, A. (2013). América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad. Obtenido de Artículos del Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Definiciones de desarrollo. (2012). Definiciones de desarrollo. Recuperado el Julio de 2017, de Definiciones de desarrollo,: <http://www.definicion.org>

Diario Expreso. (15 de Abril de 2015). Ecuador es un ejemplo en Bachillerato Internacional.

Díaz, M. (2001). Rendimiento. GpSerrano, I(32), 100.

Díaz, R. (2011). Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo Popular Caracas utilizando métodos prospectivos. Cuba: Tesis de Maestría, Universidad de Cienfuegos.

Diccionario de la lengua española. (2015). Real Academia Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es>

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). Macroeconomía. Décima edición. México: McGraw-Hill Irwin.

Duque, Y., Cardona, M., & Jaime, R. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Scielo, 29(50).

Economía y Finanzas internacionales . (13 de Junio de 2017). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecualiquidos S.A. (2017). Misión. Guayaquil: <http://ecualiquidos.com.ec>.

Edwards, S., & Rodríguez, A. (2008). Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes. Quito, Ecuador: Conservación Internacional.

EFE. (16 de Septiembre de 2005). Palacio asegura haber incorporado los Objetivos de Desarrollo del Milenio. La Hora Nacional.

El Telégrafo. (5 de Noviembre de 2011). “Hace bien, hace mejor”, sello estatal a la excelencia.

El Telégrafo. (2017). Sector y empleo informales en Ecuador. Obtenido de El Telégrafo : <http://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El Universo. (16 de septiembre de 2004). La educación, desde que EL UNIVERSO es testigo. EL UNIVERSO.

El Universo. (15 de Febrero de 2015). Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de RSE.

El Universo. (24 de Mayo de 2016). INEN implementará Mi primer sello de calidad para Mipymes.

Elizondo , A. (2002). Metodología de la investigación contable. México: International Thomson Editores S.A.

Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Obtenido de Emprende pon a andar tus ideas: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>

Eslava, E. (2015). Education in Latin America: Challenges and opportunities for philosophy in the region. Universitas Philosophica Vol. 32, 223-243.

ESPA. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano Ecuador. INEC. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

España , D., & Rivera , E. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político.

Papel Político, 1-42.

España Espinoza, D. A., & Rivera Aya, E. N. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Redalyc*, 17(1), 23.

Espinel, L. (2006). condiciones de rendimiento. *Dialnet*, I(30), 86.

Espinosa Andrade, A. (2015). *Educational Statistics, Indicators' Report*, Vol. 1, March 2015. Quito: Ministerio de Educación.

Esteban, G. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. *Dialnet*, I(28), 55.

Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., Jiménez Naranjo, H. V., & Hernández Mogollón, R. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Madrid. España. Portal Universia S.A. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>

Fernández, A., & Emandez, A. (1986). *EK DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA, NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANALISIS*. Madrid.

Ferrari, L. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. *Revista Mexicana de Física*, 36-43.

Figueiredo, A. (1993). El modelo del conflicto y la Teoría de Juegos. *Fundamentos Económicos*, 319.

FLACSO Ecuador y MIPRO . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>

Freile, C. (marzo de 2015). Para el Aula. Recuperado el 21 de abril de 2017, de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29)

Fuertes, M. O. (2005). Practicas de emprendimiento. *Dialnet*, I(15), 259.

Ganga, F., Piñones, M., & Saavedra, L. (2015). Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. *FENOpinaonline*.

Garabiza, B. (septiembre de 2015). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Economía.

García Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. *ESPOL Technological Journal*, 2-45.

García, A. (julio de 2009). *Eumed.net*. Obtenido de El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>

García, E. (2007). Influencia de las industrias en el Rendimiento. *Dialnet*, I(41), 180.

García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). *ESTADÍSTICA EMPRESARIAL*. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.

García, M. (2009). Clima organizacional y su Diagnostico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de administración* , 43-61.

García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / No. 42*, 43-61.

García, M., Hernández, T., Navarete, D., Alejandra, C., & Germán, S. (2014). Eelementos de los modelos determinantes del clima organizacional. *European Scientific Journal*, 10(28), 107-122.

Gasca y Olvera. (2011).

Global Reporting Initiative. (1997). *Historia GRI*. Estados Unidos.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). *GAD Municipal de*

Machala (GAD). Obtenido de <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>

Gomez, C. (2004). Diseño, construcción y validación de un instrumento que evalúa clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al ítem. *Acta colombiana de psicología*, 97-113.

Gomez, N. (2017). El modelo de Triple hélice. Guayaquil: UEES.

Gómez-Salas, J. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. *Investigación Económica*, 171-202.

Gonzalez. (2007). variedad empresarial. *Ventura*, 73.

Gonzalez. (2007). Variedad Estratégica y rentabilidad empresarial. *Economía Aplicada*, I(72), 200.

González, J. (2009). La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles. México: Divulgación.

Gottmann, J. (1973). *Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricità*. Torino: Einaudi.

Goyes, J. (21 de diciembre de 2012). Clima organizacional en la Universidad del Valle, documento de trabajo diagnóstico. Obtenido de Universidad del Valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>

Grajales. (2000).

Grajales, P. (2014).

Great Place To Work. (15 de noviembre de 2010). Buen Clima Laboral, una tarea pendiente. *Diario Hoy*.

Guerrero, G. (2012). El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV. IDE Business School.

Guerrero, R., Focke, K., & Rossini, F. (2010). Redes de seguridad financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe. Bogotá: BID.

Gutiérrez, A. (2015). La crisis financiera del 2008. Una visión desde la macroeconomía del desequilibrio. *RES NON VERBA*, 116.

Hamel, G. (2011). El futuro de la administración.

Hansé, F. (2010). Quito: CERES.

Heritage Foundation. (2017). 2017 Index of Economic Freedom. Washington, DC: Heritage Foundation.

Hernández Sampieri, R. (l. 2007. 336 p.). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid (España): McGraw Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Hernández, Fernández y Baptista . (2006). *Metodología de la Investigación*.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F.: McGraw Hill .

Hernández, R., Mendez, S., & Contreras, R. (2014). Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia. *Contaduría y administración* 59 (1), 229-257.

Herzberg, F. (1954). La Teoría de la Motivación-Higiene.

Herzberg, F. (2003). Una vez más : como motivar a sus empleados. *Harvard Business Review*, 3-11.

Hurtado, M. (2017). ¿Cuál es el origen del emprendimiento? Obtenido de <https://www.aulaclicks.com/cual-es-el-origen-del-emprendimiento/>

Industrias. (2016). Las industrias de bebidas se fortalece con inversión. *Vistazo*, 15.

INEC. (2014). Encuesta de superficie y producción agropecuario continua ESPAC 2014. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo 2010. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016). Reporte de Economía Laboral. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2017/05/Informe\_economia\_laboral-mar16.pdf

Instituto Nacional de, S. (2012). Notas Técnicas de prevención. Primera Edición. Barcelona: : Editorial Series VZ.

Jácome, E. (13 de June de 2016). From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam. El Comercio, págs. 1-2.

Jiménez, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. *Energética*, 93-105.

Johnson G. y Scholes, K. (1996). Dirección estratégica. Madrid: Ed. Prentice Hall.

Jorge Palencia, I. B. (2007). La Gerencia de Proyectos de Responsabilidad Social. *ORBIS*, 69-72.

Kaplan, R., & Norton, D. (2005). Cuadro de Mando Integral. . Madrid: : Gestion 2000.

Kaplan, R., & Norton, D. (2008). Estrategia Corporativa. . Harvard Business School Press.

Klare, M. (2012). La geopolítica del gas natural . España: Papeles.

Kreps, D. (1990). Un curso de teoría microeconómica. Princeton : Princeton University Press, 120.

Krugman, P. (2008). Fundamentos de Economía . Barcelona: Editorial Reverté S.a++A.

Kuschick, M. (2010). Marketing y comunicación política . Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 41.

La Hora Nacional. (10 de diciembre de 2016). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.WS4YjfnYuUk>

Lastra, F. (2006). Rendimiento Rentabilidad . *yirepa*, 15.

Lastra, X., Coloma, J., Espinossa, D., & Herrera, F. (2015). Las energías renovables en la actividad turística. *Innovaciones hacia la sostenibilidad*. Siembra, 086-094.

Lema, B. M., & Ferrer, M. (2016). The investigative training of teachers: An imperative for higher technological institutes in Ecuador. *Santiago*, 266-279.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor . (2000). Quito.

Ley Orgánica de Discapacidades. (2012). Quito: Asamblea Nacional.

Líderes. (29 de Septiembre de 2014). El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento.

Líderes. (21 de Noviembre de 2016). El sector alimentos piensa en exportación.

Líderes. (11 de Enero de 2017). e trabaja para exportar más.

Líderes. (3 de Marzo de 2017). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.

Líderes. (11 de Abril de 2017). Un fondo de 10 millones de euros para Mipymes que apuntan a la Unión Europea.

Lima, M., & López, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Quito: CERES.

Littlechild, S., & Thompson, G. F. (1977). Teoría de Juegos y planificación de estrategias. *Campana Journal of Economics* vol . 8 , nº 1, 126.

Llano, L., & Mosquera, V. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad Nacional de Colombia.

López Mateo, C. (2010). Planeación Financiera en Mipymes de Industrias en Crecimiento: El Caso de los Laboratorios de Naturistas de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en PYMES. México. UNAM. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>

López, A., Contreras, R., & Rubén, M. (2011). La RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario. *Scielo*, 261-283.

Lopez, E. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá. *Universidad & Empresa*, 9-35.

Lopez, J., & Maldonado, V. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the Education Ministry of Ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of Macas. *Salesiana Academic Journal (Thesis)*, 23-107.

Lousteau, M. (2011). *Economía en 3D*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.

Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). *Games and Decisions*. Wiley & Sons, 59.

Luna Tamayo, M. (2014). Educational policies of Ecuador, 1950-2010: State deeds and society's initiatives. *UNED*, 1-362.

Malhotra, N. K. (2016). *INVESTIGACION DE MERCADOS*. Mexico D.F.: Pearson Education.

Mallo, P. E. (2005). *LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD*. Buenos Aires: Congreso Metropolitano de Ciencias Economicas.

Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía*. México: Cengage Learning.

Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. *Revista Universidad EAFIT* , 80-87.

Manuel, F. (2001). Procesos estrategicos y Implicacion para el Rendimiento. *Revista Anual*, I(38), 116.

MCCTH. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . *EcuadorUniversitario*, 1-2.

Meier, P. (2014). *Leveraging Uncertainty: A Practical Approach to the Integration of Responsible Innovation through Design Thinking*.

Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. Mexico: Mc Graw Hill 3era Edición.

Mendoza, M. (11 de Diciembre de 2016). Un viaje al origen del 'boom' bananero. *El Comercio*.

Merino, L. (2012). *Las energías renovables*. España: Energías Renovables para todos.

Ministerio Coordinador de la Producción, E. y. (2014). Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador-espaniol.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Más de 100 MIPYMES cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de MCE. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). *Fomento de las pymes ecuatorianas*. Guayaquil-Ecuador: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2012). *Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo*. La Habana: Instituto de Estudios e Investigaciones del trabajo.

Ministerio del Trabajo. (2015). *Seguridad y Salud en el Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.

MIPRO. (2012). *Alternativas de financiamiento a traves del mercado de valores*. Ministerio de Industria y Productividad.

Mira, M. (2012). *La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: uncampo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores*. España.

Moliner. (2012). relacion con el rendimiento y rentabilidad en empresas. *Papersdeturisme*, 75.

Morla, M. (12 de febrero de 2006). Cacao ecuatoriano glorias de siempre. *El Universo*.

Mujica, M., & Perez, I. (2007). Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad. *Revista de Educación*, Año 13, Número 24, 290-304.

Murillo, D. (2007). Rescatar la economía económica de Adam Smith. En *Ética, Economía y Empresa* (pág. 39). Barcelona: Gedisa.



- Murillo, D., & Arnau, G. (2007). Ética, Economía y Empresa. En *La dimensión moral de la economía* (pág. 84). España: Gedisa S.A.
- Naciones Unidas. (2000). *Declaración del Milenio*. Nueva York: Asamblea General.
- Nadal, A. (2002). *Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México*. México: Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.
- Narváez Licerias, A. (2017). *Finanzas Corporativas y estudios de casos*. Lima: Macro EIRL.
- Navarrete, J. (2012). *Política Económica*. México: Red Tercer Milenio S.C.
- Navarro, E. (2008). *Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción*. *Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización*, 1917-1927.
- Noblejas. (2012). Obtenido de *Página 7 Comunicación S.L. C/ Noblejas, 5 Bajo - 28013 Madrid*
- OCDE. (s.f.). Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>
- OCDE/CEPAL/CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*. Paris. Francia. OECD . Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>
- Ochoa Setzer , G. (2012). *Administración Financiera*. Mexico: McGraw-Hill.
- OEI. (2016). *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura*. Recuperado el 2017, de [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)
- Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *La transición de la economía informal a la economía formal* . Obtenido de Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)
- Ordiz, M. (2001). *Rendimiento*. *Dialnet*, I(45), 252.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2015). *Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca*. Roma, Italia: FAO.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)
- Ortega, A. (2016). *Semblanza del Dr. Rodrigo Borja Acto de Investidura Doctor Honoris Causa*. Guayaquil.
- Owen, G. (1968). *Game Theory*. Philadelphia: Saunders.
- Pacheco, L., & Pacheco, R. (2015). *Evolución de la educación superior en el Ecuador. La Revolución Educativa de la Universidad Ecuatoriana*. Pacarina del Sur.
- Páez, T. (2009). *Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de*. Universidad de Valencia, 1-14.
- Paladines, C. (2015). *Prospects for change in Basic Education and High School*. Ecuador: 2007-2013. *Praxis Educativa*; vol. 19, 3452.
- Palma, S. (2000). *Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias*. *Revista de Investigación en Psicología*, 11-21.
- Pardo Granizo, M. A. (2013). *Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro*. Milagro. Ecuador. UEM. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>: <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>
- Patricio Peña, presidente del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa (IEGC). (28 de junio de 2017). *El Gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial*. Fundación Corresponsable.
- Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Jeremy, D., Rebecca, L., Maitlis, S., y otros. (2005). *Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation*. *Journal of Organizational Behavior*, 379–408.
- Pérez, R., & Carrillo, B. (2000). *Desarrollo local: manual de uso* (2da. ed.). Madrid: ESIC.

Pino, J. (2007). Alto Rendimiento. *Andrews*, I(28), 60.

Producción, R. a. (2014). [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec). Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf>

Programa Formación de Formadores en RSE. (s.f.). Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?

Pronaca. (2015). Memoria sostenible de ser Pronaca. Guayaquil.

Quijije, B., & Verzosi, C. (2017). Ecuador: Desarrollo local y emprendimiento. En C. Ronny (Ed.), *Perspectiva del desarrollo regional sustentable en Ecuador* (págs. 47-66). Loja: Ediloja Cia. Ltda.

RAE, R. (2017). Diccionario de Lengua Española. Obtenido de Estabilidad: <http://www.rae.es/>

Ramírez González A. (2010). Metodología de la Investigación Científica.

Ramírez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). La Motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tubería de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 143-148.

Ramos Ferrin, V. L. (2006). AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. Guayaquil.

Ratzel, F. (1902). La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida. Alemania.

Real Academia Española. (29 de junio de 2012). Diccionario. Obtenido de Sitio web de la Real Academia de la Lengua: <http://www.rae.es/>

Red de Firmas (PwC). (2016). Informe del King IV sobre Gobierno Corporativo <sup>TM</sup> para Sudáfrica 2016. Sudáfrica: PwC.

Reinoso, H., & Araneda, B. (2007). Diseño y validación de un modelo de medición del clima basado en percepciones y expectativas. *Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre*, 42.

Rentería, E. (2004). Empleabilidad: una lectura psicosocial. Seminario Los Trabajos de la Globalización. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.

Restrepo, L., & Gonzalez, J. (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias*, 183-192.

Revista Ekos. (06 de 2015). *ekosnegocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>

Revista Ekos negocios. (2011). Conformación de la Norma ISO 26000. En *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).

Revista Ekos negocios. (2011). ELCAFÉ y su responsabilidad social. En [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com) (Ed.), *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 68-69). Ecuador.

Revista Ekos negocios. (2011). Nestlé: Creación de valor compartido. En *Empresas con Responsabilidad Corporativa* (págs. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).

Revista Ekos negocios. (2017). Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB.

Revista Líderes. (2015). La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador. Obtenido de *Revista Líderes*: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>

Reyes, P. (2016). Combustibles fósiles y contaminación. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Rio, M. d. (2013). Relación entre rentabilidad y rendimiento. *Economía*, 73.

Rios, M. F. (2007). Procesos de Rentabilidad en una Organización. *Psicothema*, I(8), 102.

Rodríguez Puente, E. (enero de 2005). Boletín Técnico. Obtenido de [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL\\_08\\_05\\_MTY\\_FC.PDF](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL_08_05_MTY_FC.PDF)

Rodríguez, D. (2005). Diagnóstico Organizacional. Buenos Aires: Editorial Alfaomega.

Rosero, R., Bermúdez, J., Gómez, G., García, M., & Reyes, I. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de

- clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 267-284.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). *Finanzas corporativas*. Mexico: McGraw-Hill Companies.
- Rubio Domínguez, P. (2008). *Inreoducción a la Gestión Empresarial*. Madrid: INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.
- Rubio, P. (2007). *Manual de Analisis Financiero*. *Derecho y Economía*, I(2), 10.
- Sack, R. (1986). *Human Territoriality: Its theory and history*. Cambridge University : Press.
- Salgado, J., Remeseiro, C., & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. *Psicothema* , 329-335.
- Samuelson, P. (2001). *Macroeconomía*. Décima sexta edición. Barcelona: Mc. Graw Hill.
- Samuelson, Paul y Nordhaus William,. (2005). *Economía*. Mexico: McGraw -Hill. 18.a.ed.
- Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *researchgate.*, 50-62.
- Sánchez, J. (Noviembre de 2015). Tesis de maestría . *Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano en Ecuador*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Ciencias Económicas.
- Santos, M. (1994). *O Retorno do Território*. São Paulo: Hucitec-ANPUR.
- Sarmiento, S., & Montoya, J. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.
- Sashkin, M. (1996). *El Cuestionario MbM Gestion por motivación*.
- Satterthwaite, M. A. (1975). *Economía, aplicacion de estrategia en la teoria de juegos*. *J. Econ. Theory*, 187-217.
- Schotter, A., & Schwodiauer, G. (1980). *Economía y Teoría de Juegos*. *diario of Economic Literature*, 89.
- Secretaria de Relaciones Migratorias y Consulares. (Julio de 2007). *Política Migratoria del Ecuador*. Obtenido de <http://www.refworld.org/pdfid/49002e312.pdf>
- Segovia, F. (Noviembre de 2016). *Sixto Durán Ballén, el señor Presidente*. *El Comercio*.
- Semplades, S. (2013). *Plan nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Semplades.
- Senge, P. (2003). *La Quinta Disciplina, El Arte y la Práctica de las Organizaciones que Aprenden*. . Currency.
- Serrano Carmona, A. (25 de October de 2015). 47% of working children in Ecuador, in risk situations. 'La Hora', págs. 1-3.
- Shubik, M. (1987). *Game Theory in Social Sciences*. Massachusetts: MIT Press.
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. Londres: Alianza.
- Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. (1990). *Economía*. España: MacGraw-Hill, Pag. 3.
- Stieler, U. (16 de Julio de 2014). *Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador*. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>
- Stiglitz, J. (2002). *El malestar en la globalización (1era ed.)*. España: Litografía Losés S.A.
- Superintendencia de Compañía del Ecuador. (2011). *Superintendencia de Compañía del Ecuador*. Obtenido de [www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)
- Tafur, G. (2016). *Impact of New Policies of Higher Education in Universities and Polytechnic Schools of Ecuador*. *Business Magazine*, 27-34.
- Talledo, M., & Solòrzano, D. (2013). *Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Tarantino , S. (16 de 06 de 2012). *De gerencia*. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de-indicadores>
- Tedesco, J. C., & Lopez, N. (2002). *Secondary Education challenges in Latin America*. *CEPAL Magazine*, 55-69.
- Tirole, J. (1988). *La teoría de juegos en la organización industrial*. Cambridge: MIT Press.
- Tomalá, M. (2003). *Terminos Económicos*. Manta: Análisis Ediciones.

- Topanta Vera, M. I. (2010). Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Guayaquil, Guayas, Ecuador:: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- Toro, F. (1996). Clima Organizacional y Productividad . Temas de administracion, 66-72.
- Torres, R. M. (1990). Alfabetización de adultos en América Latina: Problemas y Tareas. Quito: Ciudad Centro de Investigaciones.
- Transparency International. (2017). Transparency International. Recuperado el 24 de abril de 2017, de [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)
- UNESCO. (1988). .
- UNESCO. (2006). El currículo a debate. PRELAC Proyecto regional de educación para américa latina y el caribe, 1-160.
- UNESCO. (2014). . MARCO DE ACCION PRIORITARIA.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Reglamento de Elecciones y Referendo Reformado Abril 2017. Machala: Secretaría General.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Resoluciones . Machala: Consejo Universitario.
- Valdez, A. (2015). Elaboración de un manual de procedimiento de Seguridad e Higiene del Trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construcción de obras civiles en la empresa FAGA de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/UPS-GT001284.pdf>.
- Valdez, A. (s.f.). Influencia del Rendimiento. Dialnet, II(28), 46.
- Vallaes, F. (. (2003). La etica y moral en las instituciones.
- Van Horne C., J. W. (2010). Fundamentos de Administración Financiera (Decimotercera edición ed.). México, México: Pearson Educacion.
- Vásquez, H., & Dacosta, O. (2007). Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas. Ingeniería Investigación y Tecnología, 249-259.
- Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. C., & Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2, No. 2, 429-349.
- Véliz, J., & Díaz, S. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. Universidad ESAN, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.
- Villacís, M. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Villar, L. (2007). Estado de derecho y Estado social de derecho. Revista Derecho del Estado,, 10(20), 73-96.
- Vinogradoff, L. (05 de 04 de 2014). Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano Leopoldo López. ABC International.
- Vistazo. (2016). La industria de bebidas se fortalece con inversión.
- Viteri Diaz, G. (2006). Education situation in Ecuador. Latin American economy Observatory, 1-24.
- Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de latinoamerica. Washington.
- Wateryear. (2007). Obtenido de [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007
- world bank group. (2006). ¿Qué es RSE?
- Yakumuseoagua. (2008). Obtenido de [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008
- Zavala Egas, Z. (1999). Corrupción política: El caso del Ecuador. Corrupción política: El caso del Ecuador. Guayaquil.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2014). Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria

Continua ESPAC 2014. Tomado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2015). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU). Tomado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Septiembre-2015/Presentacion\\_Empleo.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Septiembre-2015/Presentacion_Empleo.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2014). Indicadores de Pobreza y Desigualdad diciembre 2014. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2014/Diciembre-2014/Presentacion\\_Pobreza\\_y\\_Desigualdad\\_diciembre\\_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2014/Diciembre-2014/Presentacion_Pobreza_y_Desigualdad_diciembre_2014.pdf)

McGuigan, Jim (1997). Cultural Methodologies. Sage Publications Ltd, London, England.

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. Informe de Gestión institucional. Rendición de cuentas 2014. Versión electrónica. (pp. 19). Tomado de <http://www.agricultura.gob.ec>

Molina Moreira, Roxana Guadalupe, (2011). El sistema financiero privado como apoyo fundamental para el sector agropecuario del Cantón Salitre (2008-2010). Tesis para la obtención del título de economista. Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Montero, G. A., Sumba, L. E., Salvador, S. S. (2013). Productividad agrícola en el Ecuador. Dirección de Análisis y Procesamiento de la Información, Coordinación General del Sistema de Información Nacional, 12.

Vázquez-Barquero. (2011d). Política económica local. La respuesta de las ciudades a los desafíos del ajuste productivo. Madrid: Pirámide

World Bank (2015). World Development Indicators: Rural environment and land use. Accedido septiembre, 2015. Recuperado a partir de: <http://wdi.worldbank.org/table/3.1>

# La competitividad de las exportaciones ecuatorianas de las frutas no tradicionales: Un análisis cuantitativo

**Sandra Sayonara Solórzano Solórzano**

Universidad Técnica de Machala  
ssolorzano@utmachala.edu.ec

**Lenín Balseca Tapia**

Universidad Técnica de Machala  
lbalseca@utmachala.edu.ec

**Bertha Elizalde Ramos**

Universidad Técnica de Machala  
belizalde@utmachala.edu.ec

## Resumen

La tendencia del alto consumo a nivel mundial de frutos tropicales que contengan un elevado nivel de vitaminas y minerales genera una oportunidad de comercializar productos no tradicionales. En nuestro país se viene produciendo productos tradicionales y no tradicionales durante muchos años, esto origina un movimiento económico, desde la producción hasta su comercialización y consumo en varios sectores de nuestra patria. Debido a la calidad de nuestros productos que son altamente requeridos razón de más para seguir mejorando su producción e internacionalización entendiendo también las necesidades y preferencias de los mercados externos. Este trabajo investigativo tiene la finalidad de aprovechar las ventajas del comercio internacional para los productos ecuatorianos en el caso de los frutos no tradicionales que sean exportados y de esta manera mejorar la oferta exportable, el propósito del mismo es realizar un análisis de las expectativas de los mercados, mediante una metodología descriptiva utilizando las características cuantitativas del mismo para poder de esta manera determinar con mayor exactitud los países que requieren de nuestras frutas no tradicionales.

**Palabras claves:** Exports, non-traditional products, competitiveness, tariff preferences, trade agreements.

## Abstract

The trend of high global consumption of tropical fruits containing a high level of vitamins and minerals generates an opportunity to commercialize products notradicionales. In our country has been producing traditional and non-traditional products for many years, this causes an economic movement, from production to commercialization and consumption in various sectors of our country. Due to the quality of our products that are highly required, more reason to continue improving their production and internationalization also understanding the needs and preferences of external markets. This research work has the purpose of taking advantage of the international trade advantages for Ecuadorian products in the case of the non traditional fruits that are exported and in this way improving the exportable supply, the purpose of the same is to perform an analysis of the expectations of the markets, through a descriptive methodology using the quantitative characteristics of the same to be able to determine more accurately the countries that require our non-traditional fruits

**Keywords:** Exports, non-traditional products, competitiveness, tariff preferences, trade agreements.

## Introducción

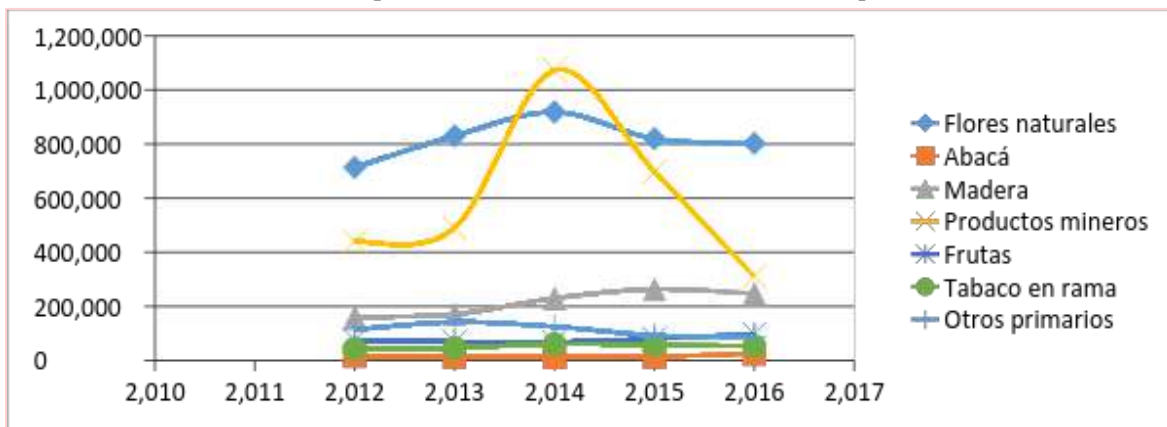
Las teorías relacionadas a la investigación referente al comercio internacional tienen el propósito de mejorar las negociaciones entre dos o más países con el propósito de que cada uno pueda intercambiar bienes y servicios a través de acuerdos y convenios suscritos en beneficio de ambas partes compensando sus necesidades internas como externas del país.

En este contexto, los países que quieren diversificar sus productos dinamizando sus exportaciones dando prioridad a sus intereses comerciales y obtener rendimientos positivos de sus sectores productivos. “Los beneficios del comercio internacional son inigualables, a través de una serie de interacciones basados en la interrelación de fenómenos económicos, aduaneros, cambiarios y logísticos que se suscitan en las fronteras, puertos y aeropuertos internacionales” (Ortiz Ramos, 2012).

Actualmente el mercado Europeo se ha constituido en el segundo destino de las exportaciones ecuatorianas de productos no tradicionales, y entre los principales países tenemos España, Alemania, Francia, Holanda e Italia. Sin embargo las agroindustrias y empresas exportadoras de productos alimenticios para el desarrollo productivo, requieren una red de relaciones, actividades, insumos-producto, que permitan llevar el producto terminado hasta el consumidor,

Nuestras exportaciones a lo largo de la historia económica tienen un realce desde la década de los 80, donde nuestros productos formaron parte de importantes empresas industrializadas de Europa y Estados Unidos, equilibrando nuestra balanza comercial, uno de los factores que contribuyó fue la política gubernamental de restricción a las importaciones con etiquetado y alta calidad. Según como lo indica el gráfico 1

**Gráfico.1:** Exportaciones de Productos no tradicionales primarios



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

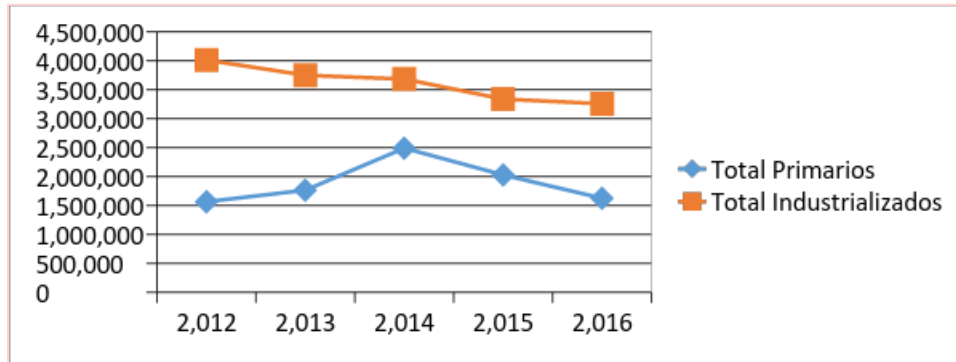
En los acontecimientos suscitados en los últimos años en las exportaciones de los productos no tradicionales, utilizando el conocimiento científico para justificar los datos y factores que influyen en los resultados de este análisis, concertando las ideas del antes y después por medio de las comparaciones estadísticas de las páginas financieras de las exportaciones en la balanza comercial.

Según (Anzo Múnera, 2012) nos explica que “Los negocios internacionales necesitan acentuar su identidad, refinar y mantener su ventaja competitiva, reorganizar sus rutinas y tomar medidas que envalentonar su posición en el pasaje académico e institucional actual”.

La exportación de productos no tradicionales primarios durante enero y noviembre del 2016, decreció en un

20.61% en comparación con enero y noviembre del 2015, mientras que la exportación de productos no tradicionales industrializados decreció en un 3.46%, como se indica en el gráfico 2

**Gráfico.2:** Exportaciones de Productos no tradicionales



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

(Castro Figueroa, 2008) nos detalla que las exportaciones son la simple salida de un producto de un determinado país con destino a otro, atravesando las diferentes fronteras o mares que separan las naciones, es decir, la salida de mercancías de un territorio aduanero nacional hacia una nación extranjera ya sea de bienes o servicios para permanecer en ella de manera definitiva.

De acuerdo a lo expresado por (Sulser Valdez & Pedroza Estandon , 2004) mercado es la parte seleccionado por un producto, para ofertar los bienes y servicios que produce y para el cual diseña un plan de mercadotecnia especial con la finalidad de alcanzar sus objetivos, entonces mercado es el conjunto de personas y organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero para gastar y disposición y voluntad de gastarlo.

El comercio internacional en sus conceptos habituales y desde el análisis de un nueva óptica se puede manifestar que permite valorar la utilidad de los procesos logísticos inmersos como propuesta en ésta época de tecnología y globalización de mercado, utilizando variables y matrices que identifican un modelo de comercialización más efectiva para estos tiempos de cambios en las economías internacionales. (García Muñoz & Solís Arias, 2014)

Los negocios internacionales son las transacciones de negocios, ya sean privadas o gubernamentales que implican a dos o más países, además incluyen las ventas, las inversiones y el transporte para las mercancías. El autor (Rodríguez, 2007) expone que “Los negocios internacionales son todas las transacciones de negocios privados y del estado que implican dos o más países. Las compañías privadas realizan esas transacciones con afán de lucro; los gobiernos pueden o no perseguir los mismo en sus transacciones respectivas”.

“La productividad define como la forma de utilización de los factores de producción e n la generación de bienes y servicios para la sociedad y busca mejorar la eficiencia y la eficacia con que son utilizados los recursos” (Medina Fernandez de Soto, 2010). Podemos decir que la productividad es una medida que calcula cuanto sea ha producido en bienes y servicios durante un periodo, teniendo como objetivo medir la eficiencia de producción utilizando el mínimo de recursos.



(Peñaloza, 2005) explica que competitividad “sostiene que una nación o una empresa es competitiva si, bajo condiciones de libre mercado, es capaz de mantener o aumentar su participación en los mercados nacionales e internacionales, manteniendo o mejorando las rentas de sus ciudadanos o de su capital humano”.

Son los impuestos que deben pagar en las aduanas de un país por la entrada y salida de mercancías. Conocer este tipo de regulación que inciden en el valor final del producto que se desea comercializar en algún mercado, y que va a depender del porcentaje de derecho arancelario que se aplique al mismo.

Sector de frutas no tradicionales:

Ecuador posee una diversa variedad de frutas no tradicionales dentro de su oferta exportable, gracias a la posición geográfica en la que está ubicada y a la presencia de microclimas que hacen que la producción sea de excelente calidad.

### **Acuerdos comerciales firmados por Ecuador**

Hasta el año 2015 nuestro país firmó un sin número de acuerdos comerciales, multilaterales o bilaterales, los cuales generan beneficios por las preferencias arancelarias que ellos nos otorgan ya sea de manera total o parcial. De esta manera Ecuador suscribió tratados con países del MERCOSUR, ALADI, CAN, UNIÓN EUROPEA Y ASIA. Con la ALADI, tenemos a Panamá donde suscribimos los siguientes convenios, entre ellos: tratado de alcance parcial sobre mercados, cooperación científica y tecnológica, intercambio de bienes culturales y preferencias regionales. El MERCOSUR donde se espera llegar a tener un mercado común entre todos los países que lo forman, Ecuador firmo acuerdo de complementación económica con Brasil, Uruguay, Paraguay y Argentina donde se pretende llegar a la desgravación a 0 arancel hasta el año 2018. Todo convenio que firme Ecuador tendrá beneficios enfocados en la cooperación, intercambio, crecimiento mutuo y el desarrollo productivo y es así los convenios firmados con los países miembros de la CAN. En lo que se refiere a la UNIÓN EUROPEA, el 11 de noviembre del 2016, el Gobierno Ecuatoriano suscribió el protocolo de adhesión de Ecuador al Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea, que asegura la liberación inmediata del 99.7% de la oferta exportable histórica del Ecuador en lo productos agrícolas y del 100% de los productos industrializados. De acuerdo a las proyecciones realizadas por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), la entrada en vigencia del Acuerdo Comercial, representa para el Ecuador un incremento anual de 0.10% del PIB, del 0.15% en el consumo y de 0.13% en la inversión, además de un efecto positivo en la generación de empleos y en mejores ingresos para la población. De acuerdo a proyecciones realizadas por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), la entrada en vigencia del Acuerdo Comercial representará para el Ecuador un incremento anual del 0,10 del PIB, del 0,15% en el consumo y de un 0,13 % en la inversión, además de un efecto positivo en la generación de empleos y en mejores ingresos para la población. Con los países del continente asiático, tenemos el acuerdo de cooperación comercial con Turquía, suscrito el 1 de diciembre del 2010 que no está vigente pero que ya se encuentra en la Asamblea Nacional para su aprobación, y de acuerdo con los documentos suscritos China colaborará con Ecuador en infraestructura, cultura, comunicación, tecnología y economía.

Dentro de la canasta exportadora del país, las exportaciones ecuatorianas del sector de frutas no tradicionales han presentado una tasa de crecimiento.

Nuestro objeto de estudio se fundamenta en el análisis de las exportaciones ecuatorianas de las frutas no tradicionales, mediante información estadística seleccionada de las Instituciones como Banco Central de Ecuador, PROECUADOR, TRADEMAP, SICE, Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca, donde se examinó con mucha claridad los montos FOB, toneladas y sus tasas de crecimiento.

### **Importancia del problema**

El Ecuador se identifica por la producción diversa de frutas no tradicionales ricas en vitaminas y propiedades para la salud, por ello en la actualidad los productos son altamente codiciados en los mercados internacionales. No obstante en el interior del país se presenta un grave problema de productividad que obliga a los productores a incursionar en el cultivo de otras variedades (PROEcuador, 2016) en busca del desarrollo económico.

Como se sabe, para que una política pública de promoción de la producción agrícola para la exportación sea coherente, integrada, continua y sistemáticamente ejecutada debe sustentarse en investigaciones tanto de productos como de mercados que permita identificar cultivos potenciales, demandas externas, costos de producción y las condiciones necesarias para su producción; asimismo, debe contar con la estrecha y armónica cooperación entre las instituciones públicas y privadas del sector agropecuario (Ministerio de Comercio Exterior, 2016)

En este contenido, se plantea la necesidad de conocer cuáles son los mercados externos de las frutas no tradicionales que se produce en nuestro país que le permita el desarrollo de varios sectores agrícolas. Al respecto, la investigación de mercados es necesaria para determinar la factibilidad de la exportación de cualquier producto, ya que se trata de una herramienta que recolecta y analiza información sobre el comportamiento de los consumidores para tomar decisiones de producción y comercialización (Argote, Vargas, & Villada, 2013)

### **Metodología**

La metodología de la investigación e interpretación de resultados serán de carácter cuantitativo y cualitativo, los mismos que nos permitirán analizar las exportaciones de las frutas no tradicionales.

Se desarrollara la búsqueda de información y su respectiva revisión de reportes estadísticos, libros y páginas web, con el fin de estrechar la interpretación de los datos.

Se utilizará la información con un enfoque económico porcentual real para determinar la idea principal planteada. La Investigación Bibliográfica o Documental basada en información ya procesada, por cuerpos intermediarios conocedores del tema. La Investigación Cuantitativa busca cuantificar los datos que por lo general aplica un tipo de análisis estadístico, tomando datos de páginas web como Trademap la misma que arroja noticias actualizadas de las exportaciones, Boletín del Banco Central para obtener los datos de las exportaciones detalladas de los productos. Con respecto a la investigación Cualitativa la que permite interpretar y comprender la realidad social y económica alrededor del tema investigado. Para la selección de la información se utilizó el nivel descriptivo el mismo que analiza e interpreta las exportaciones de las frutas no tradicionales y la demanda de este mercado. El Nivel explicativo que se basa en la exposición de los acontecimientos de los hechos considerando auténticamente el alcance de las relaciones causa efecto de los inicios de las exportaciones, su desarrollo y la trayectoria a otros bloques económicos.

Para nuestro trabajo investigativo el universo está muy apegado a la información oficial de los sitios, Pro-Ecuador y Cámara de Comercio de igual manera utilizamos las revistas especializadas.

### **Resultados y Discusión**

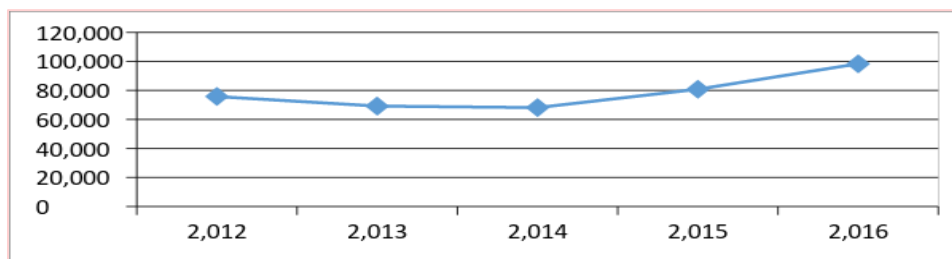
Con el propósito de entender la evolución de las exportaciones de las frutas no tradicionales desde Ecuador, es importante considerar sus variaciones por factores exógenos presentados en los últimos años.

La tasa de crecimiento de las exportaciones de frutas no tradicionales en Ecuador se caracteriza por la ausencia

de un patrón general de comportamiento. Este hecho puede ser corroborado al analizar la evolución de dicha tasa durante los siguientes periodos 2012-2016. Presentándose durante los dos primeros años una reducción, 2012-2013 una caída de las exportaciones de frutas no tradicionales de -9.49%, registrándose en el 2013-2014 -1.55% el menor valor registrado en las exportaciones. En el 2014-2015 se observa un crecimiento de 15.67% y en el 2015-2016 un crecimiento de 17.82%, según gráfico 3. Aludiendo a lo acontecido durante 2011, año de significativos resultados en base a las políticas implementadas como soberanía alimentaria, sustitución de importaciones, calidad y cambio de matriz productiva, implementación del seguro agrícola y el subsidio a la urea, herramientas que se enfocaron en la sostenibilidad de la producción y el incremento en la productividad por hectárea de los agricultores ecuatorianos, pero el crecimiento sostenido agropecuario se ve limitado por factores exógenos en el 2012. La presencia de un episodio La niña en 2011-2012 (organización meteorológica mundial, 2012) propició un crecimiento agroeconómico inferior al 2% visualizado por cuantiosas pérdidas en cultivos agrícolas y producciones pecuarias. (Monteros Guerrero & Salvador Saraoz, 2017)

Para el periodo 2013-2014, la tasa de crecimiento del PIB agropecuario subió a 4% interanual, ya que sus políticas de transferencia tecnológica, acceso a créditos, semilla mejorada, insumos de calidad, productividad y reducción de intermediación, se reflejó como resultado en el 2014 USD 5.9 mil millones

Gráfico 3: Exportaciones de frutas no tradicionales



Fuente: Banco Central del Ecuador

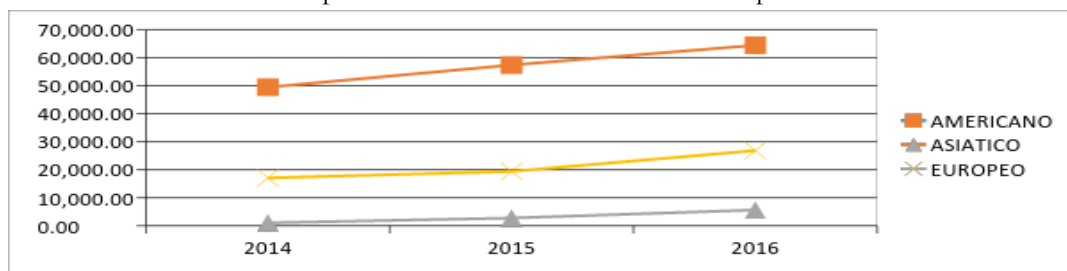
### Exportaciones por Continente

Las exportaciones del sector de frutas no tradicionales alcanzaron en el 2014 USD 69.531 miles valores totales de las mismas. Del 2014-2015 hubo un crecimiento del 15%, 2015-2016 de 18% y del 2014-2016 hubo un crecimiento del 42%.

El continente de mayor volumen de exportación es el americano, seguido del europeo y nuestro nuevo panorama de exportaciones es el continente Asiático según datos establecidos en las tablas subsiguientes.

Datos registrados en el banco central del Ecuador, según gráfico 4.

**Gráfico 4: Exportaciones de frutas no tradicionales por Continente**



Fuente: Banco Central del Ecuador

### Exportaciones por producto

En la tabla 1 podemos verificar que el mayor fruto no tradicional de exportación son los mangos cuya partida arancelaria es 0804.50.20.00 y presenta un monto de exportación valor FOB para el 2014 de \$32.472,00, mientras que para el año 2016 se cuenta con \$45.183,00 evidenciando una tasa de crecimiento del 39%. Para las piñas cuya partida arancelaria 0804.30.00.00 cubren un monto valor FOB para el año 2014 de \$ 26.948,00, mientras que para el 2016 de \$ 37.474,00 con una tasa de crecimiento del 39%. Para la pitahaya, en el año 2014 tenemos \$1.240,00 mientras que para el año 2016 de \$ 6.952,00 evidenciando una tasa de crecimiento del 461%.

**Tabla 1: Exportaciones del Sector por producto**

Subpartida	Descripción	2.014		2.015		2.016	
		FOB	TON	FOB	TON	FOB	TON
0804.50.20.00	Mangos y mangostanes	32.472,00	45.678	37.522,00	49.275	45.183,00	63.163
0804.30.00.00	Piñas (ananás)	26.948,00	55.545	31.967,00	55.076	37.474,00	73.990
0810.90.40.00	Pitahayas (cereusspp.)	1.240,00	124	3.267,00	345	6.952,00	871
0807.20.00.00	Papayas	4.248,00	4.472	4.448,00	4.329	3.405,00	3.183
0810.90.10.00	Granadilla, «maracuyá» (parchita) y demás frutas de la pasión (passifloraspp.)	636,00	1416	1.181,00	723	1.799,00	475
0810.90.30.00	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (cyphomandrabetacea)	304,00	133	380,00	150	698,00	256
0810.90.20.00	Chirimoya, guanábana y demás anonas (annonaspp.)	150,00	37	242,00	49	497,00	61
0806.10.00.00	Uvas frescas	608,00	245	67,00	21	393,00	159
0805.50.10.00	Limonos (citrus limon, citrus limonum)	57,00	83	380,00	683	332,00	390
0805.50.22.00	Lima Tahití («dimón Tahití») (Citrus Latifolia)					139,00	120

Fuente: Banco Central del Ecuador

Como podemos darnos cuenta hemos considerado los tres primeros productos de exportación sin dejar de lado el conjunto de frutos que representan un crecimiento prometedor.

### Detalle de Frutas no tradicionales de mayor relevancia

#### Mango

La disponibilidad de esta fruta en nuestro país se da entre los meses de septiembre a enero dependiendo de la variedad, el mango es una reconocida fruta tropical exótica consumida mayormente como fruta fresca, así como la preparación de mermeladas y confituras.

Los frutos del mango constituyen un valioso suplemento dietético, pues es muy rico en vitaminas A y C, minerales, fibras y antioxidantes.

El mango de producción ecuatoriana se caracteriza por la calidad y exquisito sabor. Las principales variedades cultivadas en el país para exportación son: Tommy Atking, Haden, Kent, Keitt. (PROECUADOR, 2016), los países de mayor exportación como lo indica la tabla 2 son Estados Unidos, Europa, Canadá, México, entre otros.

**Tabla 2:** Exportaciones de mango

Mercado de destino	2012 -2013		2013-2014		2014-2015	
	FOB	% por destino	FOB	% por destino	FOB	% por destino
Estados Unidos	9.190.364	84.32%	10.073.020	92.42%	9.096.621	83.46%
Europa	611.406	5.61%	434.725	3.99%	439.681	4.03%
Canadá	569.746	5.23%	783.759	7.19%	698.844	6.41%
México	297.792	2.73%	269.280	2.47%	140.560	1.29%
Nueva Zelanda	89.760	0.82%	142.560	1.31%	147.840	1.36%
Chile	106.908	0.98%	89.760	0.82%	179.520	1.65%
Otros	32.868	0.30%	57.384	0.53%	30.192	0.28%
<b>Total</b>	<b>\$ 10.898.844</b>	<b>100.00%</b>	<b>\$ 11.850.488</b>	<b>108.73%</b>	<b>\$ 10.733.258</b>	<b>98.48</b>

**Fuente:** (Mangoecuator, 2016)

### Piña

La producción de piña en el Ecuador se da durante todo el año. La variedad de exportación cultivada es MD-2 más conocida Como Golden Sweet o super dulce. Se caracteriza por el color dorado de la cáscara, alto contenido de vitamina C, sabor tropical y exótico, así como por el bajo nivel de acidez.

Las plantaciones más importantes de piña en el país poseen certificaciones internacionales como la GLOBAL GAP. La fruta generalmente es destinada al corte así como a la industria del enlatado. (PROECUADOR, 2016)

Los países de mayor exportación son Chile, Bélgica, Argentina, Reino Unido, entre otros, como lo indica en la tabla 3.

**Tabla 3:** Exportaciones de piña

Mercado de destino	2012 -2013		2013-2014		2014-2015		2015-2016	
	FOB	% por destino	FOB	% por destino	FOB	% por destino	FOB	% por destino
Chile	14.721	3%	10.319	-30%	11.909	15%	11.823	-1%
Bélgica	1.122	40%	869	-23%	1.890	117%	6.649	252%
Argentina	1.894	2495%	4.346	129%	4.503	4%	4.546	1%
Alemania	2.606	-6%	3.450	32%	2.785	-19%	4.259	53%
Reino unido	691	496%	3.556	415%	4.131	16%	2.914	-29%
Estados Unidos de América	1.547	-61%	1.958	27%	2.979	52%	1.714	-42%
Italia	78	-87%	11	-86%	947	8509%	1.600	69%
Nueva Zelanda	0		170		657	286%	1.460	122%
Países bajos	521	-56%	322	-38%	185	-43%	1.000	441%
Uruguay	214	240%	512	139%	697	36%	677	-3%
Rusia	611	-46%	566	-7%	355	-37%	672	89%

## Pitahaya

El cultivo de la pitahaya por lo general se localiza en zonas subtropicales y amazónicas, ya que necesita un clima sub cálido – húmedo a una temperatura entre 18-25 (grados) C.

Las características climáticas y edáficas constituyen una ventaja comparativa que incide en la calidad de la fruta; así se ha podido establecer que la pitahaya producida en la zona de la amazonia es de mayor contenido de grados BRIX y de mayor tamaño que las cultivadas en otras zonas.

De acuerdo a la zonificación del cultivo, las áreas potenciales, tanto en la Amazonía como en los sub trópicos presentan características excelentes para el desarrollo de la pitahaya.

Los principales destinos de las exportaciones de la pitahaya en el 2015 como lo indica la tabla 4, fueron los países asiáticos Hong Kong representó un 53% con 1,7 millones, y un crecimiento del 2014 al 2015 del 262%, Indonesia con 7%. Otros mercados desde Europa son Países Bajos y Francia, con una participación de 5% y 3% respectivamente.

**Tabla 4:** Lista de los mercados importadores para la pitahaya exportado por Ecuador

Mercado de destino	2013-2014		2014-2015		2015-2016	
	FOB	% por destino	FOB	% por destino	FOB	% por destino
Hong Kong, China	483	527%	1.747	262%	4.140	137%
Canadá	0	-100%	93		828	790%
Singapur	416	38%	646	55%	808	25%
Países Bajos	110	59%	168	53%	385	129%
Indonesia	48	220%	229	377%	191	-17%
Francia	63	-14%	107	70%	173	62%
España	50	-39%	82	64%	157	91%
Malasia	15	400%	75	400%	121	61%
Emiratos Árabes Unidos	31	-34%	20	-35%	59	195%
Alemania	3	-57%	7	133%	29	314%
Italia	0	!	3		22	633%

Fuente: (TradeMap, 2017)

### Retos de la competitividad de la producción de frutas no tradicionales

-El cuidado del rumbo de la agricultura ampliada, con el empuje y aumento de la relación productiva, que establece una táctica importante para el cambio de la matriz productiva en el sector agropecuario.

-Políticas adecuadas para impulsar la inversión en el agro, actividad tradicionalmente riesgosa en nuestras economías. Soporte de inversión del estado en varios sistemas de riego, adiestramiento del recurso humano para capacitación y asistencia técnica

-Estructuración acorde de las relaciones tradicionalmente conflictivas entre productores, transformadores y comercializadores externos e internos, gracias a un acuerdo fundamental entre estos actores, bajo la conducción estratégica del estado, a través de sus entidades rectoras.

### Barreras Arancelarias

En la tabla 5 se observa pormenorizado el arancel aplicado a las diferentes frutas exportadas por Ecuador de acuerdo al país destino, cabe señalar que en todos los casos las frutas tienen 0% de arancel gracias a las diferentes preferencias arancelarias que benefician a las frutas ecuatorianas

**Tabla 5 Arancel Preferencial**

<b>Arancel aplicado a Ecuador en las exportaciones de piña por sus principales socios comerciales</b>	
Sub Partida 0804.30	
<b>País</b>	<b>Arancel Preferencial 0%</b>
Chile	0%
Estados Unidos	0%
España	0%
Alemania	0%
<b>Arancel aplicado a Ecuador en las exportaciones de mango por sus principales socios comerciales</b>	
Sub Partida 0804.50	
<b>País</b>	<b>Arancel Preferencial 0%</b>
Colombia	0%
Estados Unidos	0%
Canadá	0%
Holanda	0%
<b>Arancel aplicado a Ecuador en las exportaciones de pitahaya por sus principales socios comerciales</b>	
SUB PARTIDA 080109040	
<b>País</b>	<b>Arancel Preferencial 0%</b>
Hong Kong	0%
Singapur	0%
Canadá	0%

**Fuente:** (Servicios Nacional de Aduanas)

### **Conclusiones**

La finalidad de esta investigación radica en comprender la estructura del sector de las exportaciones de frutas ecuatorianas no tradicionales, así como las expectativas y restricciones que sus principales factores puede aplicar al desarrollo económico regional, y conjuntamente analizar la aportación potencial de la integración económica a la resolución de los problemas, en este análisis realizado se refleja el progreso positivo que mantiene el Ecuador a nivel mundial, nuestro país se ha ido fortaleciendo en la comercialización y exportación de productos no petroleros como en este caso específico.

La apertura de nuevos mercados como resultado de la firma de los acuerdos comerciales que a medida de nuestro nivel de competitividad son importantes, sin embargo esto impulsa a desarrollar cambios en la matriz productiva que evidencia positivos avances tecnológicos, como modelos de negocios, sistemas integrados y cadena de valor.

De acuerdo a los datos estadísticos del año 2016 Estados Unidos es nuestro primer socio comercial con un monto de \$ 43.025 miles, seguido de Chile con un valor de \$ 12.735miles, en tercer lugar Bélgica con un valor de \$ 6.998 miles, considerando los tres primeros lugares.

El mantener una economía competitiva que atraiga las inversiones y realice exportaciones de bienes no petroleros motivando la actividad empresarial e impulsando las exportaciones radica en tener una moneda fortalecida como el dólar

## Referencias bibliográficas

- Anzo Múnera, E. (2012). Negocios internacionales: evolución, consolidación e identificación de los temas que lideran el campo e investigación. *Ciencias estratégicas* , 77-93.
- Argote, F., Vargas , D., & Villada , H. (2013). INVESTIGACION DE MERCADO SOBRE EL GRADO DE ACEPTACION DE MERMELADA DE COCONA EN SIBUNDOY. *CIENTIFICA*, 197-208.
- Castro Figueroa, A. (2008). Manual de exportaciones : exportación en Colombia. Rosario: Universidad del Rosario .
- García Muñiz, A., & Solís Arias, V. (2014). Comercio internacional :Cadenas globales de valor. Una aproximación desde la teoría de redes . *Economía Mundial* , 151-180.
- Medina Fernandez de Soto, J. (2010). Modelointegral de productividad, aspectos importantes para su implementación. *EAN*, 110-119.
- Ministerio de Comercio Exterior. (12 de Octubre de 2016). comercio exterior. Obtenido de [www.comercioexterior.gob.ec](http://www.comercioexterior.gob.ec)
- Monteros Guerrero, A., & Salvador Saraoz, S. (14 de ENERO de 2017). SINAGAP. Obtenido de [www.sinagap.agricultura.gob.ec](http://www.sinagap.agricultura.gob.ec)
- Ortiz Ramos, M. (2012). Análisis económico regional del comercio fronterizo colombo-ecuatoriano en función de los indicadores macroeconómicos nacionales . *Tendencias* , 9-35.
- Peñaloza, M. (2005). Competitividad ¿Nuevoparadigma económico? *Forum empresarial* , 42-67.
- PROECUADOR. (4 de NOVIEMBRE de 2016). PROECUADOR. Obtenido de [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec)
- Raventós Santamaría, M. (2005). Tratamientos por altas presiones en la conservación y transformación de alimentos .
- Rodríguez, A. (2007). Impacto de la cultura en los negocios internacionales , un énfasis en los negocios con México. *Daena:International journal off good conscience*, 156-228.
- Sulser Valdez, R., & Pedroza Estandon , J. (2004). Exportación efectiva. Empresa líder ISEF.



# CAPÍTULO III

## NEGOCIOS Y FINANZAS



## Interrelaciones y tensiones en negocios cooperativos

**Yonaiker Navas-Montes**

Universidad de Guayaquil  
yonaiker.navasm@ug.edu.ec

**Félix Olivero-Sánchez**

Universidad de Guayaquil  
felix.oliverosa@ug.edu.ec

**Jimmy Díaz Cueva**

Universidad Técnica de Machala  
jimmydiaz22@hotmail.com

### Resumen

El objetivo del estudio fue presentar la revisión de literatura asociada a la gestión de las interrelaciones y tensiones en negocios cooperativos, en este sentido se consideró importante integrar las teorías sobre la dinámica cooperativa en dependencia de los enfoques teóricos existentes. Se realizó un estudio exploratorio documental sobre la literatura existente en las bases de datos de alto impacto sobre el tema en los últimos 5 años. En este abordaje teórico se presentaron de manera lógica y ordenada las discusiones de las brechas presentes en la literatura comparando y contrastando los distintos puntos de vista respecto a este campo de investigación. Como resultados se ha reconocido la cooperación como un fenómeno de múltiples niveles por tanto se ha abordado desde diferentes niveles analíticos para explicar los mecanismos subyacentes y las percepciones de los individuos en torno al fenómeno. En este sentido se ha concluido en la necesidad de reconocer e investigar las características intencionales y no intencionales que complementan el desarrollo de la cooperación.

**Palabras Clave:** cooperación, tensiones, interrelaciones, colaboración y competencia.

### Abstract

The objective of the study is to present the literature review associated with the management of interrelationships and tensions in co-competitive businesses, in this sense it was considered important to integrate theories on co-competitive dynamics in dependence on existing theoretical approaches. An exploratory documentary study was carried out on the literature in the databases of high impact on the subject in the last 5 years. In this theoretical approach, discussions of the breaches present in the literature were presented in a logical and orderly manner, comparing and contrasting the different points of view regarding this field of research. As results, cooperation has been recognized as a multi-level phenomenon and has therefore been approached from different analytical levels to explain the underlying mechanisms and perceptions of individuals around the phenomenon. In this sense it has been concluded in the need to recognize and investigate the intentional and unintentional characteristics that complement the development of cooperation.

**Keywords:** Cooperation, tensions, interrelations, collaboration and competition.

### Introducción

En el año 1996 se acuña el término Cooperación asociado al ámbito gerencial y desde entonces esta estrategia corporativa que plantea relaciones de colaboración bajo competencia ha dado cabida a múltiples investigaciones asociadas con la temática (Antonio et al, 2013). La literatura revisada sobre el tema expone las diversas situaciones organizacionales que se presentan entre las empresas que optan por establecer cooperación como

una estrategia de negocios que presenta la posibilidad de desarrollar productos innovadores, reducir costos, diversificar carteras, entre otros aspectos (Chiambaretto, Gurău & Le Roy, in press). En este contexto se presentan interrelaciones y tensiones tanto intra como interorganizacionales (Fernández, Le Roy & Gnyawali, 2014). Se analizan dos conceptos importantes relacionados con este tema uno es tensión y otro es paradoja, el primero enfatiza en el comportamiento oportunista y los intereses privados (Khanna, Gulati & Nohria, 1998), mientras que el segundo se centra en la interrelación de dos realidades lógicamente contradictorias como lo son la competencia y la colaboración.

La literatura científica asociada al tema destaca que las estrategias coepetitivas permiten que las organizaciones alcancen economías a escalas y accedan a recursos adicionales fomentando la sinergia entre las organizaciones intervinientes (Gnyawali & Park, 2009, 2011). En todo este proceso se generan tensiones que pueden desencadenar un bloqueo organizacional (Bonel & Rocco, 2007). De hecho manejar estas tensiones dentro de organizaciones coepetitivas es necesario para mejorar el desempeño de las mismas (Raza-Ullah, Bengtsson, & Kock, 2014).

El objetivo del estudio fue presentar la revisión de literatura asociada a la gestión de las interrelaciones y tensiones en negocios coepetitivos, en este sentido se consideró importante integrar las teorías sobre la dinámica coepetitiva en dependencia de los enfoques teóricos existentes, así como sistematizarla y relacionar la gestión de las interrelaciones y tensiones que se generan con los principios y mecanismos de coordinación tanto formales como informales.

Se realizó un estudio exploratorio documental sobre la literatura existente en las bases de datos de alto impacto sobre el tema en los últimos 5 años. En este abordaje teórico se presentaron de manera lógica y ordenada las discusiones de las brechas presentes en la literatura comparando y contrastando los distintos puntos de vista respecto a este campo de investigación.

Existe una necesidad de integrar las teorías asociadas a la dinámica de la competencia y las interrelaciones cooperativas ya que la combinación creativa de dichos enfoques permite generar nuevos contextos de investigación sobre los microfundamentos que mejoran la práctica coepetitiva (Bengtsson, Kock, Lundgren-Henriksson y Näsholma, 2016). Autores como Fernández, Le Roy & Gnyawali (2014) sugieren que se genera una dinámica intrigante y que las tensiones se elevan cuando los competidores colaboran, es por ello que surge la necesidad de gestionarla más que reducirla.

Las investigaciones relacionadas con los principios coepetitivos se presentan en varias corrientes, la primera recomienda separar la competencia de la colaboración (Herzog, 2010), otros autores (Oshri y Weber, 2006) defiende la posición de la colaboración y la gestión de la competencia. Más recientemente algunos estudios empíricos destacan la importancia de combinarlos para lograr una gestión eficaz de los conflictos generados en las relaciones coepetitivas, este principio de integración se relaciona con el nivel individual (Fernández et al, 2014; Le Roy y Gurau, 2013), es cual es crítico para entender cómo los individuos se interrelacionan bajo coepetición y de esta manera alcanzar objetivos comunes.

Autores han argumentado que la investigación en coepetición es incompleta en términos teóricos y los estudios realizados hasta los momentos fracturados y carentes de coherencia al momento de adoptar una teoría (Bengtsson & Kock, 2014, Bengtsson et al., 2010). Una de las razones podría ser que la coepetición es un fenómeno en el que la competencia y la cooperación ocurren simultáneamente, por lo que se requiere una teoría

que combine la competencia y la cooperación y que explore sus diferentes raíces, tarea difícil para los investigadores de cooepetición. La literatura sobre competencia dinámica y la visión basada en recursos son raíces importantes al explorar la dimensión estratégica de la cooepetición y que las teorías de red son las raíces que conducen a la dimensión relacional de la cooepetición. Sin embargo, cabe señalar que se han adoptado otras corrientes teóricas en la investigación cooepetitiva como raíces teóricas sólidas (Bouncken, Gast, Kraus y Bogers, 2015), como la teoría de juegos y el costo de transacción en las ciencias económicas.

La literatura de dinámica competitiva explica la competencia interempresarial basada en la estructura de la industria y el comportamiento de las empresas (Baum & Korn, 1996), haciendo hincapié en los repertorios de acciones estratégicas que pueden utilizarse para moldear un mercado y lograr el dominio (Santos y Eisenhardt, 2009). La acción y reacción competitiva de una empresa dentro de una industria ha sido explicada por múltiples factores estructurales y específicos de la empresa y, por lo tanto, puede considerarse como el enraizamiento teórico de las discusiones sobre los impulsores y resultados de la cooepetición.

Otra raíz teórica comúnmente utilizada en la investigación de la cooepetición es la visión basada en los recursos donde la cooperación con los competidores se convierte en una búsqueda de recursos que de otro modo serían inaccesibles (Gnyawali & Park, 2009), y una forma de crear y mejorar la ventaja competitiva. También existe un fuerte consenso en que muchas categorías de empresas ven beneficios por su desempeño innovador derivado de la cooperación interorganizacional (Ahuja, 2000), ya que a menudo es necesario combinar una variedad de recursos mientras se movilizan externamente conocimientos y competencias. La idea detrás de la cooepetición es que los beneficios duales pueden lograrse como resultado de las fuerzas impulsoras de la competencia, al mismo tiempo que se accede a los recursos mediante la cooperación (Bengtsson y Kock, 2000). En consecuencia, la cooepetición puede ser vista como un paradigma complementario de los paradigmas cooperativos o competitivos.

En comparación con el énfasis puesto en los atributos de la industria, la empresa y la acción que influyen en el comportamiento competitivo, se ha prestado poca atención a los efectos de las relaciones entre competidores dentro de estos flujos de investigación (Chen, 1996). Slotte-Kock y Coviello (2010, p.12) afirman que "el desarrollo político, cultural, económico y tecnológico es una influencia exógena en los niveles de cooperación individual e interorganizacional". La cooperación se inserta en las relaciones en diferentes niveles, pero también a veces dentro de la organización, los departamentos y los niveles individuales. En estas relaciones, diferentes vínculos están obligados a surgir y funcionan como "pegamento" en una relación, creando así una perspectiva a largo plazo. Por otro lado, se espera que la competencia cree patrones de acción-reacción a corto plazo, o dinámicas de competencia, que bloqueen a las organizaciones, departamentos o individuos en posiciones creadas.

Hasta ahora, sólo unos pocos estudios han investigado el vínculo entre el nivel individual, y los resultados y desarrollos de macro constructos, tales como la dinámica relacional, la estrategia o las capacidades (Bengtsson, Raza-Ullah y Vanyushyn, 2016, Bengtsson y Kock, 2014, Park, Srivastava, & Gnyawali, 2014). Investigaciones recientes en el campo de la dinámica de la cooepetición han utilizado cada vez más enfoques de micro-nivel para explicar la ventaja competitiva. Por lo tanto, se observa una oportunidad para que la investigación cooepetitiva adopte enfoques teóricos que relacionen los micros niveles y los macro niveles de análisis en mayor medida. No hay duda de que la investigación sobre la cooepetición está basada empíricamente (Bouncken et al., 2015, Gnyawali & Song, 2016) y que la mayoría de los estudios se han centrado en los niveles de redes e interorganizaciones (Bengtsson et al., 2013). También se reconoce que la cooepetición es un fenómeno de

múltiples niveles que se ha abordado en diferentes niveles analíticos. Recientemente, también ha habido una convocatoria para la investigación multinivel en cooepetición. Bouncken et al. (2015) sostienen que la investigación cooepetitiva debe concentrarse en superar múltiples niveles a fin de explicar los mecanismos subyacentes y su agregación a través de los niveles. Los estudios cooepetitivos también han identificado diferencias en las percepciones de cooepetición entre individuos (Lindström & Polska, 2016). Una investigación reciente también muestra que las tensiones cooepetitivas ocurren en niveles más bajos en las organizaciones y que éstas provienen de las lógicas de interacción contradictorias que son activas en múltiples niveles (Fernández, Le Roy y Gnyawali, 2014; Raza-Ullah, Bengtsson y Kock, 2014). Se ha argumentado que una relación cooepetitiva puede estar en diferentes niveles, que diferentes individuos y unidades dentro de una organización pueden experimentar diferentes niveles de competencia y cooperación y que los resultados de las interacciones cooepetitivas pueden analizarse en diferentes niveles (Bengtsson et al., 2013).

Hay una brecha en la literatura de gestión de la cooepetición con respecto a la gestión de las tensiones relacionadas con la información. En tal sentido, se generan mecanismos de control diseñados para fomentar el éxito de un proyecto común, limitando al mismo tiempo el riesgo de oportunismo (Das & Teng, 2001). Se distingue entre los mecanismos de control formales e informales para manejar las tensiones relacionadas con la información (Hurmelinna-Laukkanen & Olander, 2014). Para determinar si la información debe ser compartida y /o protegida, los gerentes deben considerar dos dimensiones de la información: criticidad (Baumard, 2010) y apropiabilidad (Das & Teng, 1998; Oxley, 1997).

Con respecto a la criticidad de la información, se pueden emplear mecanismos de control formal e informal para compartir información crítica y para proteger la información no crítica. Sin embargo, la información crítica puede ser inapropiada o apropiable. Aunque la información crítica no apropiada puede ser compartida con bajo riesgo, el intercambio de información crítica apropiada es altamente arriesgado (Un, Cuervo-Cazurra y Asakawa, 2010).

La literatura de gestión de la cooepetición ha identificado dos principios teóricos. El primer principio, la separación, aboga por una separación funcional, temporal o espacial de la gestión de la competencia y la gestión de la colaboración. (Bengtsson y Kock, 2000; Herzog, 2010). El segundo principio, la integración, anima a los individuos a trascender las paradojas (Chen, 2008; Luo et al., 2006). Los gestores involucrados en cooepetición deben desarrollar una mentalidad cooepetitiva para interiorizar la naturaleza paradójica de la cooepetición y para manejar eficientemente las tensiones relacionadas (Chen, 2008; Gnyawali & Park, 2011; Luo y otros, 2006).

Sin embargo, estos estudios sufren una limitación importante: investigan las tensiones cooepetitivas en su conjunto e ignoran las herramientas gerenciales específicas necesarias para resolver cada tipo de tensión. Para manejar las tensiones relacionadas con la información, una empresa puede implementar simultáneamente un principio de separación, un principio de integración o ambos principios. Para manejar las tensiones relacionadas con la información, la mayoría de las empresas se apoyan en mecanismos de control para fomentar el éxito de un proyecto común, limitando al mismo tiempo el riesgo, en tal sentido se define un mecanismo de control como un conjunto de reglas formales e informales que está diseñado para controlar el comportamiento de los socios y de la alianza en sí. Se implementan mecanismos de control para facilitar las interacciones entre los socios y al mismo tiempo limitar el riesgo de oportunismo. El fomento de la cooperación entre los socios mejora los "beneficios de desempeño" de la asociación (es decir, la perspectiva de alcanzar los objetivos estratégicos de la alianza, dada la plena conformidad de todos los socios) (Das & Teng, 1998).

Sin embargo, los mecanismos de control también deben minimizar los "riesgos relacionales" relacionados con el nivel de compromiso de cada socio con la empresa conjunta.

Los mecanismos de control pueden asumir varias formas. Los mecanismos de control formal pueden comprender contratos que definen reglas y penalidades relacionadas con la información compartida entre los competidores. Los mecanismos de control formal también pueden referirse a procedimientos o estructuras formales para apoyar las estrategias de las empresas (Lee y Cavusgil, 2006). Por el contrario, los mecanismos informales de control pueden utilizarse para tomar decisiones diariamente y complementar los mecanismos formales de control (Hurmelinna-Laukkanen y Olander, 2014). Por ejemplo, para ayudar a determinar si un tipo particular de información debe ser compartido para mejorar el éxito a corto plazo de un proyecto común o retenido para proteger el éxito a largo plazo de la empresa matriz, los gerentes deben desarrollar procedimientos y rutinas diarias para categorizar información (Bounken, 2011). Estos mecanismos de control informal, como la confianza o la reputación, también juegan un papel central en la visión relacional de la gobernanza de alianzas y no son específicos del contexto de cooperación.

Las tensiones que generan en las relaciones cooperativas pueden llevar al fracaso los proyectos que se planteen ya que implica la combinación de elementos opuestos como son la colaboración y la competencia (Gnyawali & Park, 2011). Por tanto, estratégicamente no se trata de elegir entre competencia y colaboración sino de gestionar la tensión que genera esta combinación para mantener un equilibrio.

Muchas veces esta tensión se presenta en múltiples dimensiones y niveles, por ello se hace necesario conocer qué tipo de enfoque de gestión es necesario. La literatura plantea tres niveles de tensiones cooperativas: (a) nivel inter-organizacional (De Rond y Bouchikhi, 2004), (b) el nivel dentro de la organización (Luo et al., 2006) y (c) de nivel interindividual (Tsai, 2002). Diferentes fuentes de tensiones aparecen dentro de cada nivel, específicamente a nivel intraorganizacional se identifican dos fuentes de tensión, una de ellas es entre las diferentes unidades de negocios (Luo et al., 2006), las cuales compiten por recursos y prioridades en sus actividades, mientras que la segunda está relacionada con las actividades desarrolladas entre los competidores, ya que estos son compañeros en la organización pero competidores en las unidades de negocios, al respecto Gnyawali y Park (2011) sugieren que cuando se ha sido competidor por mucho tiempo se tienen dificultades para aceptar al otro como colega y esta tensión puede dar lugar a interacciones ineficientes e ineficaces.

### **Metodología**

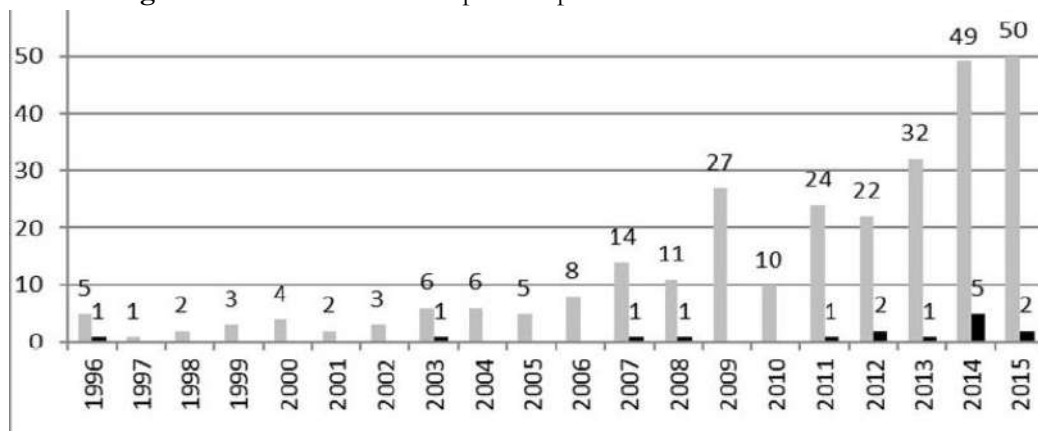
El artículo se basa en una revisión teórica la cual se apoyó en técnicas de bibliometría, que consiste en un conjunto de métodos empleados para mapear la estructura del conocimiento en un campo científico, analizando el comportamiento de los investigadores así como las construcciones de literatura científica asociadas al tópico de estudio (Vanti, 2002).

Se realizó la búsqueda en las bases de datos internacionales Scopus e ISI WEB/WOK ya que son las publicaciones consideradas de alto impacto (Meho & Yang, 2007). Los criterios de inclusión para realizar la búsqueda fueron: estar publicado entre 2011-2016, presentar en el título, palabras clave o en el resumen, la palabra "coopetition", "co-opetition" o "Coopetition". Se incluyeron las definiciones conceptuales y operacionales de las variables de estudio. Se excluyó del estudio los trabajos publicados en las dos bases de datos, las variables de estudio fueron: año de publicación, concepto de cooperación, teorías relacionadas así como el nivel organizativo (Inter o intraorganizacional).

## Resultados

El concepto de cooepetición es acuñado en 1996 por Brandenburger y Nalebuff en su libro titulado “Co-Opetition: a revolutionary mindset that combines competition and cooperation in the marketplace”, donde expresa las relaciones entre competidores siendo colaboradores que ocurren en contextos empresarialy desde entonces se han realizado distintas investigaciones relacionadas con el tópicocomo se muestra en la figura 1, donde se evidencia que cada año se ha duplicado el número de investigaciones relacionadas con la temática.

**Figura 1.** Evolución del concepto Coopeticion entre los años 1996-2015.



**Tomado** de AdrianaChim-Mikiy Rosa M. Batista-Canino (2015), en “la investigación sobre coopetition: Estado actual del conocimiento y sus implicaciones en los estudios turísticos”.

Noorda	1992	" <i>Usted tiene que competir y cooperar al mismo tiempo</i> "
Edgell & Haemisch	1995	" <i>Es la necesidad de la cooperación entre los diseños turísticos con el fin de comercializar con más eficacia el producto turístico y mejorar frente a la competencia en nivel regional o global</i> "
Braatenburger & Nalebuff	1996	" <i>La cooperación es una nueva forma de pensar acerca de los negocios. Algunas personas ven otros negocios completamente como competencia. Piensan que al hacer negocios están en una guerra y asumen que no pueden ganar a menos que alguien más pierda. Otras personas ven los negocios como co-operación-equipos y asociaciones. Así, el negocio es a la vez cooperación y competencia</i> "
Bengtsson & Kock	2000	" <i>Es la relación dialéctica y paradójica que surge cuando dos empresas cooperan en algunas actividades, por ejemplo en una alianza estratégica, y al mismo tiempo compiten unas con otras en otras actividades</i> "
Dagnino & Padula	2002	" <i>Cooperación es un sistema de actores cuya interacción se basa en una meta parcial de intereses congruentes</i> "
Luo	2004	" <i>Cooperación es un sistema libremente acoplado en el que los agentes mantienen cierta interdependencia sin perder su separación organizativa</i> "
Eikerbakk & Olsen	2005	" <i>Es simultáneamente competencia y cooperación</i> "
Global Diversity Wikipedia Institute	2006	" <i>Es una tensión constructiva donde se persigue la competencia y la cooperación entre agentes, contribuyendo al beneficio mutuo. Es un comportamiento coherente dentro de un sistema ocasionado por la interacción entre los agentes</i> "
Padula & Dagnino	2007	" <i>Cooperación es la intrusión de la competencia en una estructura de juego cooperativo. Es proporcionar una visión más realista de las relaciones de cooperación que se desarrollan</i> "
ELASM (European Institute for advanced studies in management)	2009	" <i>Cooperación pone de relieve la necesidad de superar el marco simplificado en la base del enfoque convencional y propone una descripción más compleja de las estructuras de mercado donde la combinación de la cooperación y la competencia forma una nueva perspectiva. Al ampliar los límites convencionales, la cooperación desafía el marco tradicional frente a la oleada de complejidad de las funciones, estrategias, objetivos, procesos y comportamientos de búsqueda entre los actores</i> "
Yamí et al.	2010	" <i>Cooperación es una estrategia beneficiosa para los administradores en la lucha por la mejora del rendimiento</i> "
Dagnino	2012	" <i>Cooperación es un sistema complejo de interacción y co-adaptación entre empresas, donde las empresas en cooperación son subsistemas complejos, permitiéndonos definir las esferas competitivas como: auto-diseño y auto-organización de las entidades</i> "
Della Corte & Sciarelli	2012	" <i>Cooperación es una tensión constructiva entre las empresas, redes o sistemas en que se desarrollan interacciones de las relaciones de colaboración, siendo compendios en algunos mercados o principalmente en los mismos mercados</i> "
Kylinen & Mariani	2012	" <i>Cooperación es la co-presencia de la cooperación y la competencia, siendo una nueva estrategia que va más allá de los paradigmas de negocio de competencia y de cooperación</i> "
Lorgnier & Su	2014	" <i>Cooperación es un neologismo que define un comportamiento híbrido de la cooperación y de la competencia dentro de una organización, entre las organizaciones, o a escala de red</i> "
Bengtsson & Kock	2014	" <i>Cooperación es una relación paradójica entre dos o más actores al mismo tiempo involucrados en las interacciones cooperativas y competitivas, independientemente de si su relación es horizontal o vertical</i> "

En cuanto al concepto de cooperación, también ha evolucionado de acuerdo con el avance de las investigaciones, como se observa en el Figura 2.

En principio sólo se tratan los temas de cooperación y competencia como fenómenos híbridos que se unían para plantear una estrategia gerencial. A partir de 1996 es considerado como pensamiento gerencial que enfatiza en metas comunes y congruentes, esta visión se mantuvo hasta el año 2004 donde se incluye el factor de interdependencia (Luo, 2004).

Desde el año 2007 cooperación comienza a ser visto como un comportamiento de los mercados (Padula & Dagnino, 2007) donde esta nueva perspectiva plantea retos y desafíos a los planteamientos tradicionales. A partir del 2012 las tensiones cooperativas son vistas como parte de un nuevo paradigma, sin embargo fue a partir del 2014 que este concepto se orientó hacia la creación de valor entre organizaciones, por lo tanto la competencia entre ellos no es directa, sino que pueden buscar beneficios generales. Por ello se considera la posibilidad de



estableces estrategias cooperativas que posibilite relaciones económicas y sociales.

Hay una brecha en la literatura de gestión de la cooptación con respecto a la gestión de las tensiones relacionadas con la información. En tal sentido, se generan mecanismos de control diseñados para fomentar el éxito de un proyecto común, limitando al mismo tiempo el riesgo de oportunismo (Das & Teng, 2001). Se distingue entre los mecanismos de control formales e informales para manejar las tensiones relacionadas con la información (Hurmelinna-Laukkanen & Olander, 2014). Para determinar si la información debe ser compartida y /o protegida, los gerentes deben considerar dos dimensiones de la información: criticidad (Baumard, 2010) y apropiabilidad (Das & Teng, 1998; Oxley, 1997).

Con respecto a la criticidad de la información, se pueden emplear mecanismos de control formal e informal para compartir información crítica y para proteger la información no crítica. Sin embargo, la información crítica puede ser inapropiada o apropiable. Aunque la información crítica no apropiada puede ser compartida con bajo riesgo, el intercambio de información crítica apropiada es altamente arriesgado (Un, Cuervo-Cazurra y Asakawa, 2010).

### **Discusión**

La literatura de gestión de la cooptación ha identificado dos principios teóricos. El primer principio, la separación, aboga por una separación funcional, temporal o espacial de la gestión de la competencia y la gestión de la colaboración. (Bengtsson y Kock, 2000; Herzog, 2010). El segundo principio, la integración, anima a los individuos a trascender las paradojas (Chen, 2008; Luo et al., 2006). Los gestores involucrados en cooptación deben desarrollar una mentalidad cooperativa para interiorizar la naturaleza paradójica de la cooptación y para manejar eficientemente las tensiones relacionadas (Chen, 2008; Gnyawali & Park, 2011; Luo y otros, 2006).

Sin embargo, estos estudios sufren una limitación importante: investigan las tensiones cooperativas en su conjunto e ignoran las herramientas gerenciales específicas necesarias para resolver cada tipo de tensión. Para manejar las tensiones relacionadas con la información, una empresa puede implementar simultáneamente un principio de separación, un principio de integración o ambos principios. Para manejar las tensiones relacionadas con la información, la mayoría de las empresas se apoyan en mecanismos de control para fomentar el éxito de un proyecto común, limitando al mismo tiempo el riesgo, en tal sentido se define un mecanismo de control como un conjunto de reglas formales e informales que está diseñado para controlar el comportamiento de los socios y de la alianza en sí. Se implementan mecanismos de control para facilitar las interacciones entre los socios y al mismo tiempo limitar el riesgo de oportunismo. El fomento de la cooperación entre los socios mejora los "beneficios de desempeño" de la asociación (es decir, la perspectiva de alcanzar los objetivos estratégicos de la alianza, dada la plena conformidad de todos los socios) (Das & Teng, 1998). Sin embargo, los mecanismos de control también deben minimizar los "riesgos relacionales" relacionados con el nivel de compromiso de cada socio con la empresa conjunta.

Los mecanismos de control pueden asumir varias formas. Los mecanismos de control formal pueden comprender contratos que definen reglas y penalidades relacionadas con la información compartida entre los competidores. Los mecanismos de control formal también pueden referirse a procedimientos o estructuras formales para apoyar las estrategias de las empresas (Lee y Cavusgil, 2006). Por el contrario, los mecanismos informales de control pueden utilizarse para tomar decisiones diariamente y complementar los mecanismos formales de control (Hurmelinna-Laukkanen y Olander, 2014). Por ejemplo, para ayudar a determinar si un tipo particular de información debe ser compartido para mejorar el éxito a corto plazo de un proyecto común o

retenido para proteger el éxito a largo plazo de la empresa matriz, los gerentes deben desarrollar procedimientos y rutinas diarias para categorizar información (Bounken, 2011). Estos mecanismos de control informal, como la confianza o la reputación, también juegan un papel central en la visión relacional de la gobernanza de alianzas y no son específicos del contexto de cooperación.

### Conclusión

Los debates teóricos analizados han indicado la importancia de reducir las tensiones generadas en cooperación e indican que se debe investigar cómo las empresas y sus individuos gestionan las tensiones derivadas de esta ya tienen incidencia en la toma de decisiones lo que deriva directamente en la rentabilidad de las empresas. En este proceso se generan mecanismos de control y coordinación que requieren su estudio para caracterizarlos y teorizarlos.

### Referencias bibliográficas

- Antonio Vitorino Filho, V; Batista de Camargo Júnior, J; Ignácio Pires, S R; da Silva, E M; (2013). IDENTIFICAÇÃO DOS PRINCIPAIS AUTORES EM COOPETIÇÃO. *Revista Ibero Americana de Estratégia*, 12(0) 165-194. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331228859006>
- Bechky, B.A. (2003). Sharing meaning across occupational communities: The transformation of understanding on a production floor. *Organization Science*, 14(3), 312–330.
- Bengtsson, M., Eriksson, J., & Wincent, J. (2010). Co-opetition dynamics — An outline for further inquiry. *Competitiveness Review: An International Business Journal Incorporating Journal of Global Competitiveness*, 20(2), 194–214. <http://dx.doi.org/10.1108/10595421011029893>.
- Bengtsson, M., & Johansson, M. (2012). Managing cooperation to create opportunities for small firms. *International Small Business Journal*, 32(4), 401–427.
- Boland, R. J., Sharma, A. K., & Afonso, P. E. (2008). Designing management control in hybrid organizations: The role of path creation and morphogenesis. *Accounting, Organizations and Society*, 33(7-8), 899–914.
- Bonel, E., & Rocco, E. (2007). Cooperating to survive; surviving to cooperate. *International Studies of Management & Organization*, 37, 70–96.
- Chiambaretto P, Gurău C, Le Roy F. in press. Cooperative branding: Definition, typology, benefits and risks. *Industrial Marketing Management*.
- De Rond, M., & Bouchikhi, H. (2004). On the dialectics of strategic alliances. *Organization Science*, 15(1), 56–69.
- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50(1), 25–32. <http://dx.doi.org/10.5465/AMJ.2007.24160888>.
- Fang, S. R., Chang, Y. S., & Peng, Y. C. (2011). Dark side of relationships: A tensions-based view. *Industrial Marketing Management*, 40(5), 774–784.
- Fernández, A. S., Le Roy, F., & Gnyawali, D. R. (2014). Sources and management of tension in co-opetition case evidence from telecommunications satellites manufacturing in Europe. *Industrial Marketing Management*, 43(2), 222–235.
- Fernandez, A. S., & Chiambaretto, P. (2016). Managing tensions related to information in cooperation. *Industrial Marketing Management*, 53(2016), 66–76.
- Gnyawali, D. R., & Park, B. J. R. (2009). Co-opetition and technological innovation in small and medium-sized enterprises: A multilevel conceptual model. *Journal of Small Business Management*, 47(3), 308–330.
- Gnyawali, D. R., & Park, B. -J. (2011). Co-opetition between giants: Collaboration with competitors for technological innovation. *Research Policy*, 40, 650–663.
- Gnyawali, D. R., He, J., & Madhavan, R. (2008). Co-opetition: Promises and challenges. In C. Wankel (Ed.), 21st

- century management: A reference handbook (pp. 386–398). Thousand Oaks, CA. Sage Publications.
- Gnyawali, D. R., Madhavan, R. M., He, J., & Bengtsson, M. (2012). Contradictions, dualities and tensions in cooperation and competition: A capability based framework. Annual Meeting of the Academy of Management, Boston, MA.
- Herzog, T. (2010). ‘Strategic management of cooperative relationships in CoPS-related industries’. In S. Yami, S. Castaldo, G. B. Dagnino and F. Le Roy (eds), *Coopetition: Winning Strategies for the 21st Century*, pp. 200–216. Cheltenham: Edward Elgar.
- Khanna, T., Gulati, R., & Nohria, N. (1998). The dynamics of learning alliances: Competition, cooperation, and relative scope. *Strategic Management Journal*, 19(3), 193–210.
- Luo, X., Slotegraaf, R. J., & Pan, X. (2006). Cross-functional “coopetition”: The simultaneous role of cooperation and competition within firms. *Journal of Marketing*, 70(2), 67–80.
- Meho, L. I. & Yang, K. (2007) “Impact of data sources on citation counts and rankings of LIS faculty: Web of Science versus Scopus and Google Scholar.” *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 58(13): 2105-2125
- Miles, M. B., & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative data analysis : an expanded sourcebook*. Thousand Oaks. Sage Publications.
- Oshri, I. and C. Weber (2006). ‘Cooperation and competition standards-settings activities in the digitization area: the case of wireless information devices’, *Technology Analysis and Strategic Management*, 18, pp. 265–283.
- Raza-Ullah, T., Bengtsson, M., & Kock, S. (2014). The coopetition paradox and tension in coopetition at multiple levels. *Industrial Marketing Management*, 43(2), 189–198.
- Seran, T. Pellegrin-Boucher, E & Gurau, C. (2016). The management of cooperative tensions within multi-unit organizations. *Industrial Marketing Management* 53 (2016) 31–41. <http://dx.doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.11.009>
- Tidström, A. (2014). Managing tensions in coopetition. *Industrial Marketing Management* 43 261–271.
- Tsai, W. (2002). Social structure of “coopetition” within a multiunit organization: coordination, competition, and intraorganizational knowledge sharing. *Organization Science*, 13, 179–190.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research : Design and methods*. Los Angeles, Calif. Sage Publications.
- Yin, R. K. (2012). *Applications of case study research*. Thousand Oaks. SAGE.
- Bengtsson, M., & Kock, S. (2000). “Coopetition” in business networks — to cooperate and compete simultaneously. *Industrial Marketing Management*, 29(5), 411–426. [http://dx.doi.org/10.1016/S0019-8501\(99\)00067-X](http://dx.doi.org/10.1016/S0019-8501(99)00067-X).
- Bengtsson, M., Raza-Ullah, T., & Vanyushyn, V. (2016). The coopetition paradox and tension: The moderating role of coopetition capability. *Industrial Marketing Management* 53, 19–30.
- Brown, S. L., & Eisenhardt, K.M. (1997). The art of continuous change: Linking complexity theory and time-paced evolution in relentlessly shifting organizations. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 1–34.
- Bouncken, R. B., & Kraus, S. (2013). Innovation in knowledge-intensive industries: The double-edged sword of coopetition. *Journal of Business Research*, 66(10), 2060–2070. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.032>.
- Capaldo, A., & Petruzzelli, A. M. (2014). Partner geographic and organizational proximity and the innovative performance of knowledge-creating alliances. *European Management Review*, 11(1), 63–84. <http://dx.doi.org/10.1111/emre.12024>.
- Chen, M. -J. (2008). Reconceptualizing the competition — Cooperation relationship a transparadox perspective. *Journal of Management Inquiry*, 17(4), 288–304. <http://dx.doi.org/10.1177/1056492607312577>.
- De Rond, M., & Bouchikhi, H. (2004). On the dialectics of strategic alliances. *Organization Science*, 15(1), 56–

- Das, T. K., & Teng, B. -S. (2001). Trust, control, and risk in strategic alliances: An integrated framework. *Organization Studies*, 22(2), 251–283. <http://dx.doi.org/10.1177/0170840601222004>.
- Deutsch, M. (1973). *The resolution of conflict*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Eisenhardt, K. M. (2000). Paradox, spirals, ambivalence: the new language of change and pluralism. *Academy of Management Review*, 25(4), 703–705.
- Filatotchev, I., Stephan, J., & Jindra, B. (2008). Ownership structure, strategic controls and export intensity of foreign-invested firms in transition economies. *Journal of International Business Studies*, 39(7), 1133–1148. <http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400404>.
- Gnyawali, D. R., & Park, B. J. R. (2011). Co-opetition between giants: Collaboration with competitors for technological innovation. *Research Policy*, 40(5), 650–663.
- Gnyawali, D. R., Madhavan, R. M., He, J., & Bengtsson, M. (2012). Contradictions, dualities and tensions in cooperation and competition: A capability based framework' presented at the annual meeting of the academy of management. (Boston, MA).
- Herzog, T. (2010). Strategic management of coepetitive relationships in CoPS-related industries. In S. Yami, S. Castaldo, G. B. Dagnino, & F. Le Roy (Eds.), *Coepetition: winning strategies for the 21st century*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Hurmelinna-Laukkanen, P., & Olander, H. (2014). Coping with rivals' absorptive capacity in innovation activities. *Technovation*, 34(1), 3–11. <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2013.07.005>.
- Le Roy, F., & Fernandez, A. -S. (2015). Managing coepetitive tensions at the working group level: The rise of the coepetitive project team. *British Journal of Management*, 26(4), 671–688. <http://dx.doi.org/10.1111/1467-8551.12095>.
- Lubatkin, M. H., Simsek, Z., Ling, Y., & Veiga, J. F. (2006). Ambidexterity and performance in small-to medium-sized firms: The pivotal role of top management team behavioral integration. *Journal of Management*, 32(5), 646–672.
- Luo, X., Slotegraaf, R. J., & Pan, X. (2006). Cross-functional co-opetition: The simultaneous role of cooperation and competition within firms. *Journal of Marketing*, 70, 67–80.
- Mom, T. J., Van Den Bosch, F. A., & Volberda, H. W. (2009). Understanding variation in managers' ambidexterity: Investigating direct and interaction effects of formal structural and personal coordination mechanisms. *Organization Science*, 20(4), 812–828.
- Oxley, J. E. (1997). Appropriability hazards and governance in strategic alliances: A transaction cost approach. *Journal of Law, Economics, and Organization*, 13(2), 387–409.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. (1978). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. New York: Harper & Row.
- Raza-Ullah, T., & Bengtsson, M. (2014). Emotions in paradoxical inter-firm relationships: A conceptual framework. Paper presented at the 74th Annual Meeting of the Academy of Management — August 1–5, 2014 - (PhiladelphiaPA).
- Ritala, P., Olander, H., Michailova, S., & Husted, K. (2015). Knowledge sharing, knowledge leaking and relative innovation performance: An empirical study. *Technovation*, 35, 22–31. <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2014.07.011>.
- Tsai, W. (2002). Social structure of 'Co-opetition' within a multiunit organization. *Organization Science*, 13(2), 179–190.
- Un, C. A., Cuervo-Cazurra, A., & Asakawa, K. (2010). R&D collaborations and product innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 27(5), 673–689. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-5885.2010.00744.x>.

- Vanti, N. (2002) “Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados pra medir o registro da informação e a difusão do conhecimento.” *Ciência da Informação* 31(2): 152-162
- Walley, K. (2007). Co-opetition: An introduction to the subject and an agenda for research. *International Studies of Management and Organization*, 37(2), 11–31.
- Wang, Y., & Rajagopalan, N. (2015). Alliance capabilities review and research agenda. *Journal of Management*, 41(1), 236–260.
- Walter, A., Auer, M., & Ritter, T. (2006). The impact of networking capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing*, 21(4), 541–567.
- Wu, Z., Choi, T. Y., & Rungtusanatham, M. J. (2010). Supplier–supplier relationships in buyer–supplier–supplier triads: Implications for supplier performance. *Journal of Operations Management*, 28(2), 115–123.
- Tesis de grado: Autor, A. (Año). Título de la tesis (Tesis de pregrado, maestría o doctoral). Nombre de la institución, Lugar.

# Estabilidad financiera en Ecuador

## La red de seguridad, seguros de depósitos y fondos de liquidez

**Bella del Rocío Garabiza castro**

Universidad de Guayaquil

bella.garabizac@ug.edu.ec

**Juan Francisco Sánchez Guerrero**

Universidad de Guayaquil

jfsg1178@hotmail.com

### Resumen

El objetivo de la investigación es analizar el comportamiento de la economía en Ecuador y la tendencia hacia la estabilidad del sistema financiero financiera, especialmente en el sector seguros y fondos de liquidez ecuatoriano. La metodología empleada es la revisión documental parte de las definiciones, y aportes teóricos y legales, para abarcar la realidad financiera nacional, con la ayuda de la técnica de investigación mixta, con información primaria y secundaria, y con datos del Banco Central del Ecuador y Corporación del Seguro de Depósitos, Fondo de Liquidez y Fondo de Seguros Privados. Se concluye que, el sistema financiero del Ecuador está estable, y los seguros y fondos presentaron una tendencia creciente que ayudan a tranquilizar el sistema.

**Palabras clave:** Estabilidad, Finanzas. Seguros. Liquidez.

### Abstract

The overall objective is to highlight financial stability through deposit insurance and liquidity funds in the Ecuadorian financial system. The methodology is deductive because it is based on definitions, and theoretical and legal contributions, to cover the national financial reality, with the help of the mixed research technique, with primary and secondary information, and data from the Central Bank of Ecuador and Deposit Insurance Corporation, Liquidity Fund and Private Insurance Fund. And it is concluded that Ecuador's financial system is stable, and insurance and funds have a growing tendency to help reassure the system.

**Keywords:** Stability. Finance. Insurance. Liquidity.

### Introducción

La crisis económica que Ecuador padeció en el año 1999, hizo que colapsar al sistema financiero nacional declaración de quiebra de varias instituciones financieras dejó el peor “sabor de boca” entre la población. Además, la medida desesperada de incautar los ahorros, fue la gota que derramó el vaso, para incubar una conciencia social desconfiada hacia el mismo sistema. Después de experimentar el cambio de dirección en la economía nacional, a partir del año 2007, los roles de las entidades financieras en el país empezaron hacer mayormente reguladas y durado durante 10 años.

El problema de la regulación, en el área de las finanzas, no evita que aun haya entidades financieras que quiebren. Es decir, en el sistema popular y solidario se permite crear instituciones que actúen con roles de cooperativas, pero con el tiempo terminan declarándose en quiebra, e incluso en las grandes ligas de las finanzas, bancos de años con actividad en el medio, han caído. A pesar que existe regulación.

La hipótesis plantea que, si se mantienen las regulaciones, pero no se limita la creación de entidades, entonces

seguirán dándose irregularidades en el sistema financiero, y los fondos de seguridad y seguros de depósitos siempre serán recurrentes para estabilizar el sistema financiero.

El objetivo es resaltar la estabilidad financiera del Ecuador en el periodo 2012 – 2016. Y se lo logra con un breve recopilado de significados y definiciones teóricos. Además de la descripción del actual sistema financiero con ayuda del marco jurídico. Y analizando la red de seguridad, seguros de depósitos y fondos de liquidez por medio de los datos estadísticos oficiales.

El presente trabajo es relevante para los estudiantes y profesionales economía y otros campos de las ciencias afines a esta, dado que deseamos mostrar la situación actual del sistema financiero del país. Es importante abarcar la regulación de los mercados financieros, porque el sistema financiero es pugnado para desenvolverse en libertad. Cosa contraria en Ecuador, cuya Constitución y Código Financiero marcan las directrices y disposiciones que las entidades financieras deben acoger y cumplir.

Como se mencionó en la introducción, El problema de la regulación es que no evita las quiebras de entidades. Solo garantiza hasta cierto nivel la devolución de los depósitos y la liquidez de las entidades. A pesar de aquello, no se puede afirmar que se vuelva a experimentar en el futuro una crisis como paso Ecuador en el año 1999. Sin embargo, existen casos de estafas de índole financiera y quiebra de entidades del medio.

### **Metodología**

Se llevó a cabo por medio de la enunciación de significados y definiciones como sustento del marco teórico sobre lo que implica la estabilidad y el sistema financiero, además de su composición. Pero no se limita solo a una visión económica, también se aplica la visión jurídica, porque en el país la economía va de la mano con la leyes. Esto marcó la ruta del deductivo hacia lo inductivo. Combinado con la técnica mixta de la investigación entre lo cualitativos y cuantitativa, porque se utiliza la descripción y el análisis de la información provista por fuentes oficiales del Ecuador. No solo se recurrió a información estadística del Banco Central del Ecuador, también al Corporación del Seguro de Depósitos, Fondo de Liquidez y Fondo de Seguros Privados. Es necesario resaltar que, existe amplia información de este tema, pero cuyo sesgo va hacia la libertad plena del sistema financiero, pero no resaltan la importancia legal. Ello servirá de directriz para futuras investigaciones y continuar en el futuro respecto a este tema interesante.

### **Resultados**

La palabra estabilidad significa “Que se mantiene sin peligro de cambiar, caer o desaparecer” (RAE, 2017). Es decir, un estado de seguridad que no se rompe ni es perturbado por factores externos. Pero esto es un simple significado. Siempre es latente un desequilibrio, y para evitar y volver a estabilizar, es necesario plantear y llevar a cabo correctivos, por ejemplo un marco legal que ayude a regular. Y si fuese necesario, sancionar si fuese el caso a los responsables de la desestabilización, previamente investigado.

Existen varios aportes académicos se define la estabilidad cuando está vinculada a un área de las ciencias sociales. En lo que respecta a la economía, resaltamos dos de ellos.

Para Mankiw (2012), la estabilidad se da: “Únicamente en el mercado por medio de las interacciones de millones de personas y empresas, las cuales están determinadas por los precios de mercado. Y para que éste mecanismo funcione plenamente, es necesario cumplir los derechos de propiedad privada. Los que a su vez necesitan del sistema de justicia y políticas prósperas. (págs. 548 - 549)

Para Dorbusch, Fischer, y Startz (2008), la estabilidad económica y financiera: “Está dada de cierta manera por el tamaño del gobierno. La cuales muy difícil determinar o cuantificar, pero no deja de ser polémico. Porque los desembolsos gubernamentales son necesarios como las transferencias o subsidios. Dado que las políticas van dirigidas hacia el pleno empleo y bienestar social. Aunque, otros consideran que, las políticas tienden a ser muy expansivas, por lo que deben ser controladas por la sensatez. (págs. 496 - 497)

Pero estos referentes de la estabilidad en el campo económico, también es aplicable al ámbito financiero. En la praxis, el sistema financiero es muy sensible a la inestabilidad, que es una característica propia de los mercados financieros.

Samuelson (2001), define al sistema financiero como: “El vínculo por el cual se realizan toda clase de actividades financieras, para transferir recursos entre sectores y entre regiones, lo cual permite invertir recursos en los procesos productivos” (pág. 316).

García (2009) cita a Joseph Stiglitz cuando él hace la siguiente analogía sobre el sistema financiero con un órgano del ser humano: “El sistema financiero puede ser comparado con el cerebro de la economía. Asigna el capital escaso entre usos alternativos intentando orientarlo hacia donde sea más efectivo, en otras palabras, hacia donde se generen los mayores rendimientos”; pero agrega una advertencia: “el sistema financiero puede provocar crisis en un país, lo que a su vez produce el colapso de las empresas que no pueden obtener los recursos para continuar con sus procesos productivos, y mucho menos poder hacer nuevas inversiones”. (García A. , 2009)

Para evitar esas crisis y los posteriores efectos que pueden hacer colapsar la economía, la Constitución de la República del Ecuador aprobada por referéndum popular en el año 2008, es un texto ampliamente regulador de muchas actividades y garantizador de varios derechos. Entre dichas regulaciones, el sistema financiero es fuertemente limitado, justificado por la crisis que padeció el país a finales del milenio. La que es muy bien conocida, debido a la adopción del dólar como moneda oficial.

Ayuban Gutiérrez (2015) aporta con una perspectiva realista del funcionamiento de un sistema financiero *per se*: El sector financiero funciona obligatoriamente bajo condiciones de desequilibrio, jugando con los problemas de información de los mercados. También juega con las expectativas, y tiende a crear expectativas “sucias”, que pueden ser, consideradas como estafas legales. Si a lo anterior se suma la tendencia de los agentes a ser víctimas del “efecto bonanza” disminuye la percepción general del riesgo y asumen más, llevando al sistema al límite. (pág. 115)

Todas las instituciones financieras deben actuar dentro del marco legal. Y aunque es fuente de conflictos ideológicos, por parte de los que defienden la libertad financiera, en Ecuador es mandato constitucional obedecer y operar dentro de sus regulaciones.

Hasta finales del año 2007, el sistema financiero nacional estuvo al mando de la “mano invisible”, es decir en el contexto del libre mercado. Y los bancos en aquellos años, tenían una gran fuerza en varias áreas productivas tanto de bienes y servicios importantes, e incluso presión influyente en el poder político. “El oligopolio bancario no había sido muy bien visto. Préstamos vinculados a los amigos, familiares, etc., de manera directa o indirecta con los dueños de los bancos” (Sánchez, 2015).



Sin embargo, se necesita bancos para hacer circular el dinero en cualquier economía. Es una realidad innegable. Ellos ayudan a contribuir a la fluidez de los recursos en el sistema. A pesar que existe leve desconfianza hacia sus administradores. Usando una analogía de cine, puede representarse a los administradores bancarios como los duendes en el Banco de Gringots, en el famoso libro de Harry Potter.

Pero, Martín Lousteau (2011) rescata lo siguiente: “Lo importante es que los bancos no son malos en sí mismos. Bien administrados y bien controlados, deberían ser un motor fundamental del crecimiento económico de un país, aunque hoy por hoy ocupen mucho más lugar en la caja mental que lleva la etiqueta “Crisis” que en la que dice “Desarrollo”. (pág. 6)

El texto constitucional (2008) es claro en sus disposiciones, cuando economía y finanzas se refiere. El tipo de economía en el país, el Art. 283, es social y solidario, y el ser humano es sujeto y fin de la misma. Por lo que, se anticipa una visión antropocéntrica. Además, sí reconoce al mercado, pero debe ser un mecanismo dinámico con el Estado y la sociedad. Y está integrado por cuatro formas de organización: pública, privada, mixta, y social y solidaria (pág. 161).

Dentro del ámbito de la política económica, respecto a la política comercial, el Art. 304 - numeral 6, uno de los objetivos es “Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, (...) y otras que afecten el funcionamiento del mercado” (pág. 168). En lo que concierne al sector financiero, Art. 308, se interpreta que toda actividad dentro del ámbito financiero, no se puede realizar sin que lo autorice el Estado por medio de la ley respectiva, y las captaciones de recursos (depósitos) deben ser preservados y canalizados hacia el financiamiento (crédito) del desarrollo nacional. En el mismo artículo, se contemplan algunas situaciones de exclusiva relevancia a modo tácito como: “La regulación y el control del sector financiero privado no trasladarán la responsabilidad de la solvencia bancaria ni supondrán garantía alguna del Estado”; y además, “Las administradoras y administradores de las instituciones financieras y quienes controlen su capital serán responsables de su solvencia”. Y para evitar las practicas del pasado: “Se prohíbe el congelamiento o la retención arbitraria o generalizada de los fondos o depósitos (...)” (pág. 169).Ésta última sección, hace referencia a la mala experiencia que atravesó el país en el año 1999.En el Art. 312, las entidades financieras no pueden tener otras actividades que no sean las finanzas (pág. 170). En lo respectivo al ahorro y la inversión, el Art. 338 y 339 respectivamente, el Estado debe promover y proteger (sin excepción) los depósitos de los cuenta ahorristas y canalizarlos a la inversión productiva acordes al Plan Nacional de Desarrollo y planes locales (pág. 338).

Queda demostrado que la Carta Magna actual contiene restricciones, tanto para las actividades como a los administradores. Sin embargo, es aún se dan casos de estafas financieras a pesar de las regulaciones. Por ejemplo, Diario El Telégrafo publicó que “Entre septiembre del 2012 hasta el 25 de agosto del 2014 cerraron 2 bancos y 8 cooperativas de ahorro y crédito, la cuales entraron en proceso de disolución y liquidación, por iliquidez y mal manejo. Pero no es síntoma de insolvencia del sistema en relación al pasado, por lo que son catalogados como aislados y previamente advertidos”.

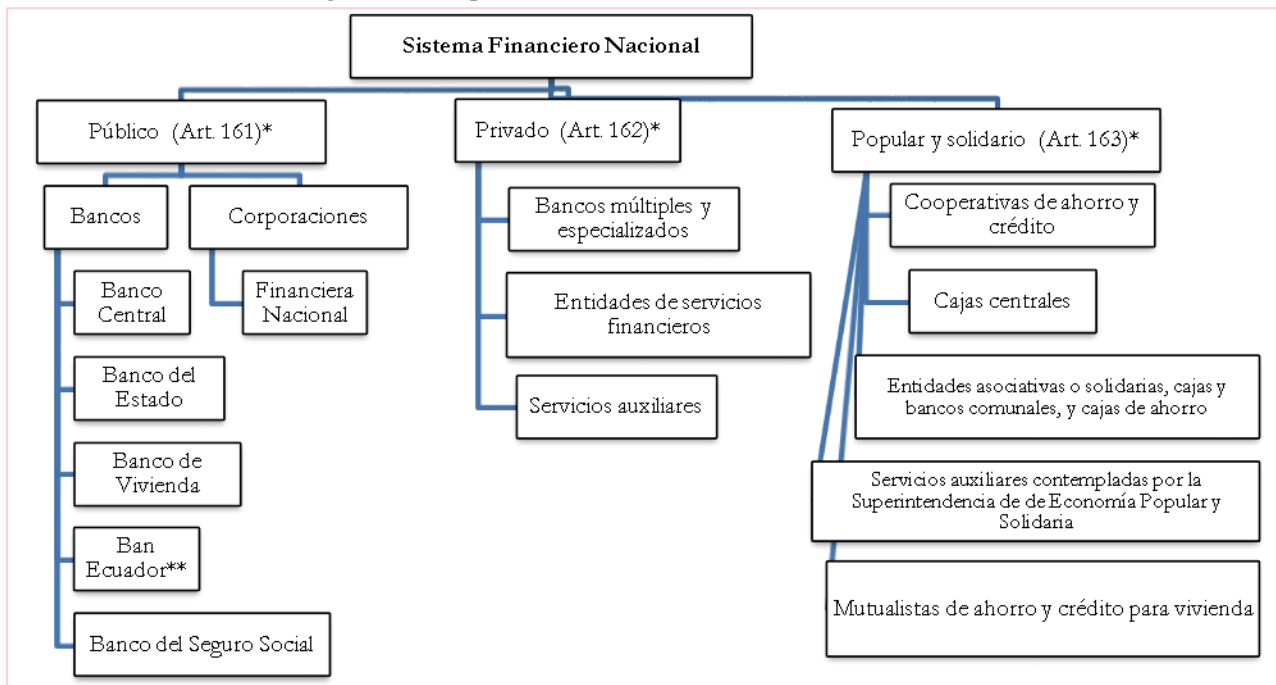
Otro ejemplo y más reciente es el caso Proinco: “Cuyos clientes exigían la devolución de sus inversiones en tres empresas inmobiliarias que estaban vinculadas con una institución Financiera. Y captaron dinero de manera ilegal porque no estaban autorizadas. Siendo 1.300 ciudadanos con un monto superior a los \$ 80 millones de dólares. Y el Cosed pagará máximo \$ 32.000 dólares por depositante”. (Anónimo, 2016)

Existen muchos casos más, tanto en mayor como en menor grado. Pero Los mencionados anteriormente son considerados relativamente importantes. A pesar que en la actualidad existe un mayor control, que incluso es fuente de quejas por parte de los involucrados, se siguen evidenciando hechos de iliquidez en instituciones que se dedican a la captación de depósitos. Y por lo general están latentes en el sector privado y popular y solidario.

Otra disposición y obligación a tomar en cuenta, por parte de los administradores y las administradoras que vayan a incursionar en el sistema financiero, son los objetivos planteados en el Plan de Desarrollo. Estos objetivos estarán vigentes hasta finales del año 2017 o hasta que haya un nuevo plan.

De los 12 objetivos generales que rigen el futuro del país, el objetivo 8 busca consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible. Y sus objetivos específicos, se tiene el 8.2 en su literal f, su acción es “Asegurar la desvinculación directa e indirecta del sector financiero de otros sectores de la economía”; el 8.7 literal d, “Fortalecer y consolidar un marco jurídico y regulatorio para el sistema financiero que permita reorientar el crédito hacia el desarrollo productivo, profundizar la inclusión financiera y mejorar su solvencia y eficacia”; y para finalizar, 8.8 literal b, “Consolidar la Red de Seguridad Financiera de los sectores financieros privado y popular y solidario” (Semplades, 2013, págs. 264 - 267).

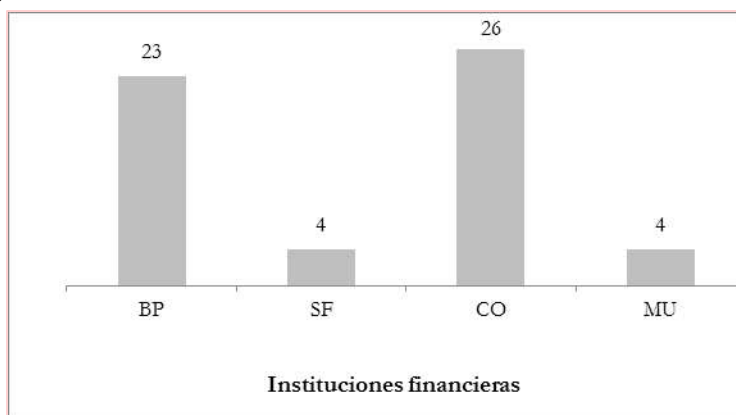
**Figura 1.** Composición del sistema financiero del Ecuador



**Fuentes:** Código Orgánico Monetario y Financiero

La figura 1, muestra cómo está compuesto el sistema financiero nacional. En ella se puede visualizar el sistema financiero popular y solidario junto al sector público, como competencia del sector privado, y con mayor presencia. Aquí se muestra, la relación entre Estado, sociedad y mercado. Y la regulación viene dado por las leyes.

**Figura 2.** Instituciones del sistema financiero ecuatoriano en el año 2017



**Fuente:** Banco Central del Ecuador / Dirección Nacional de Riesgo Sistémico. – Marzo 2017

La figura 2 muestra el total de instituciones financieras en Ecuador según su clasificación. Ellas suman en total 57, a fecha marzo del 2017. Los bancos privados y públicos (BP) han perdido espacio por las cooperativas de ahorro (CO), 23 y 26, respectivamente. Lo que no quiere decir, que hayan perdido fuerza. En cambio, las sociedades financieras (SF) y las mutualistas (MU), tienen la misma cantidad.

Posterior a la crisis del 99: “El Congreso Nacional creó la Agencia de Garantías de Depósitos (AGD), y desde 1998 fue la entidad que estuviese encargada de devolver el dinero de los depositantes, bueno, esa era la intención” (Garabiza, 2015).

Para entender la Crisis financiera que atravesó el país, mostraremos algunas cifras económicas: “1600 millones fueron los desembolsos estatales para solventar a las instituciones. 1402 millones en Bonos de la AGD. 4000 millones de depósitos de las personas congeladas. 20824 millones en crédito de liquidez del BCE. Entre 1998 y 1999 se fugaron capitales por 891 millones. En suma se calcula 8600 millones de dólares de pérdida total. Y la moneda nacional se depreció en un 190 % con una tasa de inflación del 96,1 %” (BCE / INEC / Medios de Comunicación, 2017).

Las primeras acciones de la AGD fueron subastados algunos activos (autos, obras de arte, etc.) que eran propiedad de los bancos; se prepararon negociaciones con la banca internacional para cancelar las deudas ajustadas al 50% de descuento; y la venta de acciones de empresas vinculadas a los bancos en quiebra. Porque la función principal era conseguir fondos para devolver los depósitos incautados.

Para que no vuelva a repetirse esta mala experiencia, en enero del 2009 entró en vigencia la Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera (2009) y estuvo vigente hasta el año 2014. Después fue reemplazada por el actual Código Orgánico Monetario y Financiero. Sin embargo, en la antigua ley, entre sus disposiciones más llamativas, las instituciones debían crear un fondo de reserva legal igual al 50% de su capital, con un mínimo del 10% de sus utilidades. Además, crear un Fondo de Liquidez del Sistema Financiero Ecuatoriano para prestar dinero cuando dichas instituciones presenten riesgo de liquidez, siempre y cuando hubieran cumplido ciertos requisitos en su gestión. (Asamblea Constituyente, 2009)

Para-Guerrero, Focke y Rossini-una red de seguridad financiera: “Comprende instituciones, procedimientos y

mecanismos para dos situaciones: estabilizar el sistema financiero, proteger la intermediación financiera, y mantener su rol en el sistema de pagos”; y busca: encontrar los mecanismos para reducir las posibles quiebras de las entidades financieras para evitar una crisis sistémica” (Guerrero, Focke, & Rossini, 2010).

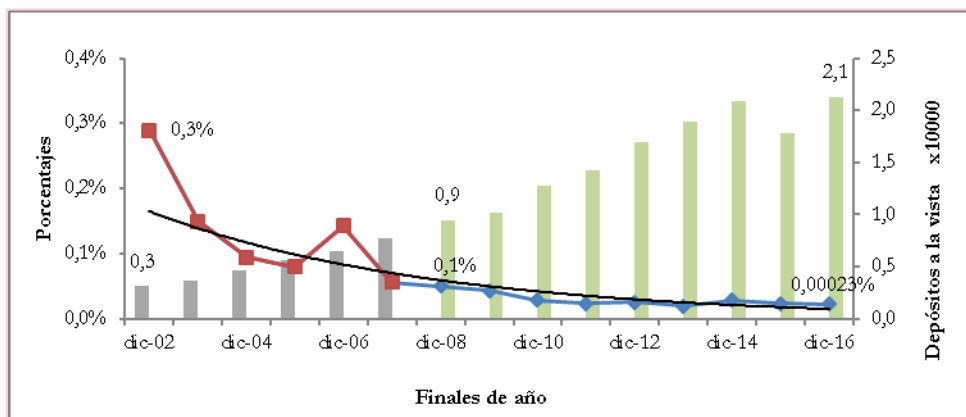
El Código Orgánico Monetario y Financiero, el cual es también articulado con la Ley de Mercado de Valores, y la Ley General de Seguros, tiene como finalidad estricta regular los sistemas monetario y financiero, y los regímenes de valores y seguros. Y alcanzarla liquidez del sistema, se garantice el cumplimiento de las obligaciones de las entidades y proteger los derechos de los usuarios, y se reduzcan los riesgos y fluctuaciones de la economía, entre los más resaltantes.

Con la mala experiencia económica que atravesó el país, desde el último cuarto de la década del noventa, la quiebra de algunos bancos, la inestabilidad política, y las medidas económicas nefastas y extremadamente antipopulares, terminaron en un “hara-kirimonetario” para Ecuador. Una de esas medidas desesperadas fue el “congelamiento” de los depósitos bancarios. Es decir, los cuenta ahorristas no podían hacer uso de sus dineros que tenían depositados en el oligopolio bancario. Entonces, emanó y se visibilizó una serie de sentimientos populares como ira, coraje, tristeza, desesperación, desconfianza e inseguridad.

El economista de origen manabita, Miguel Tomalá (2003) en su libro Términos Económicos, el depósito “es un contrato, donde el depositante entrega a un depositario una cosa, para que éste último obligue a custodiarla, conservarla y restituirla, para tiempo después ejercer el derecho de reclamo con el tiempo” (pág. 61). Existen varios tipos de depósitos. El depósito a la vista es el más común cuando se hace referencia al momento de ir a un banco para abrir una cuenta bancaria y posteriores depósitos en ella (Tomalá, 2003).

Los seguros de depósitos, ya no estarán a cargo por la Superintendencia de Bancos, sino que pasará a la Superintendencia de Compañía y Valores. Y la antiguamente conocida Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) es ahora Corporación del Seguro de Depósito (COSEDE), institución que velará por la garantía de los depósitos, la que también se encargará del Fondo de Liquidez y Fondo de Seguros Privados.

**Figura 3.** Relación de los depósitos en bancos privados con los depósitos en el Sistema financiero en Ecuador. Periodo 2002 – 2016

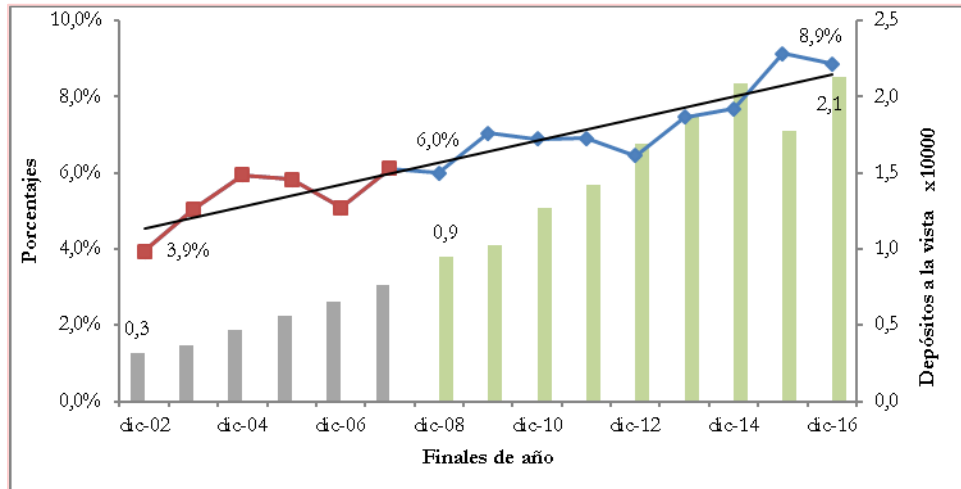


**Fuente:** Banco Central del Ecuador / Dirección Nacional de Riesgo Sistémico. – Marzo 2017

La figura 3 se aprecia la línea de tendencia decreciente de la participación de los depósitos en bancos privados, a pesar del creciente aumento nominal de los depósitos en el sistema financiero. Antes del año 2007 (color rojo),

ya mostraba una reducción en los depósitos de la cuenta ahorristas debido a la desconfianza hacia los bancos privados. A partir del año 2008 (color azul) en adelante, con la economía social y solidaria sigue la reducción, pero ahora se debe más a la regulación fuerte a los bancos y a la competencia ejercida por la banca pública.

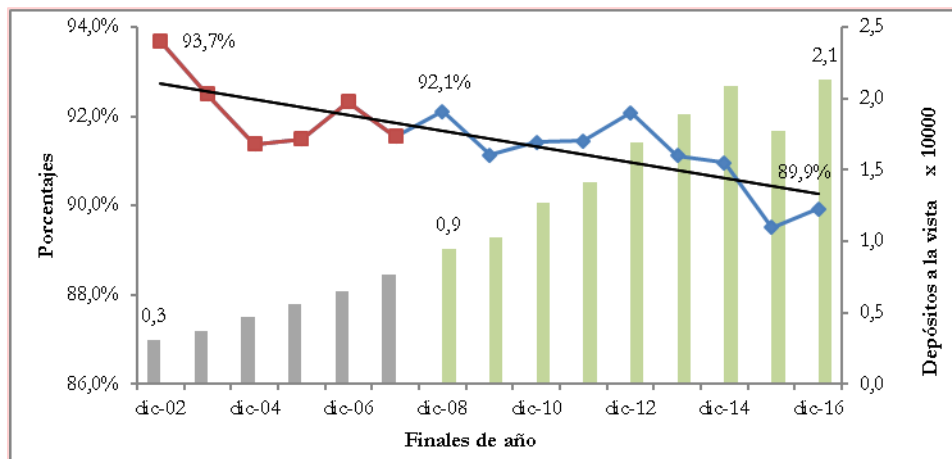
**Figura 4.** Relación de los depósitos en sociedades financieras con los depósitos en el sistema financiero en Ecuador. Periodo 2002 – 2016



**Fuente:** Banco Central del Ecuador / Dirección Nacional de Riesgo Sistémico. – Marzo 2017

En la figura 4 se aprecia una especie de tendencia decreciente asintótica de los depósitos en las sociedades financieras en relación con los depósitos de todo el sistema financiero. Igual al de los bancos privados, hasta el año 2007 (línea roja), las sociedades experimentaron una reducción en sus depósitos. En cambio, después del referéndum constitucional (línea azul), el estancamiento de los depósitos transcurrió en los nueve años, y al parecer seguirá con la misma característica, debido a las restricciones en el código.

**Figura 5.** Relación de los depósitos en cooperativas de ahorro con el depósito en el sistema financiero en Ecuador. Periodo 2002 – 2016

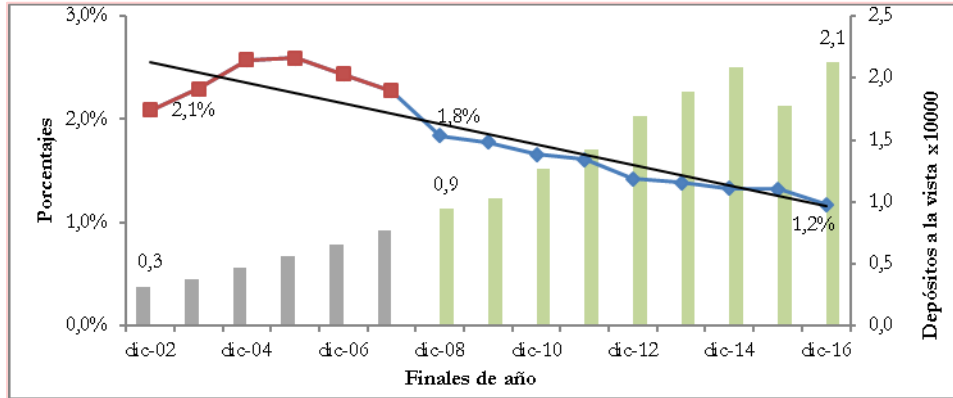


**Fuente:** Banco Central del Ecuador / Dirección Nacional de Riesgo Sistémico. – Marzo 2017

La figura 5 muestra la buena acogida de depósitos por parte de las cooperativas de ahorro. La tendencia sostenida

hacia el crecimiento es visualmente innegable. El auge se debe a que, el nuevo régimen económico está orientado más hacia este tipo de instituciones financieras, debido a que capta personas excluidas financieramente tradicionales, y sus requisitos son menos rigurosos.

**Figura 6.** Relación de los depósitos en mutualistas con los depósitos en el sistema financiero en Ecuador. Periodo 2002 – 2016

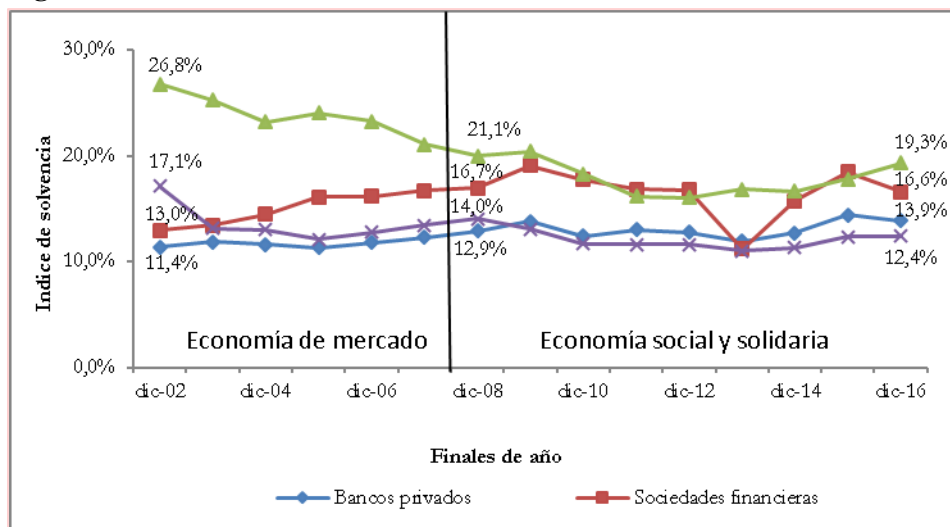


**Fuente:** Banco Central del Ecuador / Dirección Nacional de Riesgo Sistémico. – Marzo 2017

La figura 6 muestra la tendencia de los depósitos en las mutualistas es también decreciente. En este segmento de entidades financieras, la captación es muy pequeña. Después del año 2005 su marcada tendencia a la baja durante varios años es evidente en la gráfica. Pero a partir del año 2008, sus reducciones son decimales.

Una de las formas de asegurar los depósitos es el encaje bancario, y el Código Financiero (Art. 240) menciona que todas las entidades financieras, “están obligadas a mantener encaje sobre los depósitos y captaciones que tuvieren a su cargo” (pág. 41).

**Figura 7.** Índice de la solvencia del sistema financiero del Ecuador. Periodo 2002 – 2016



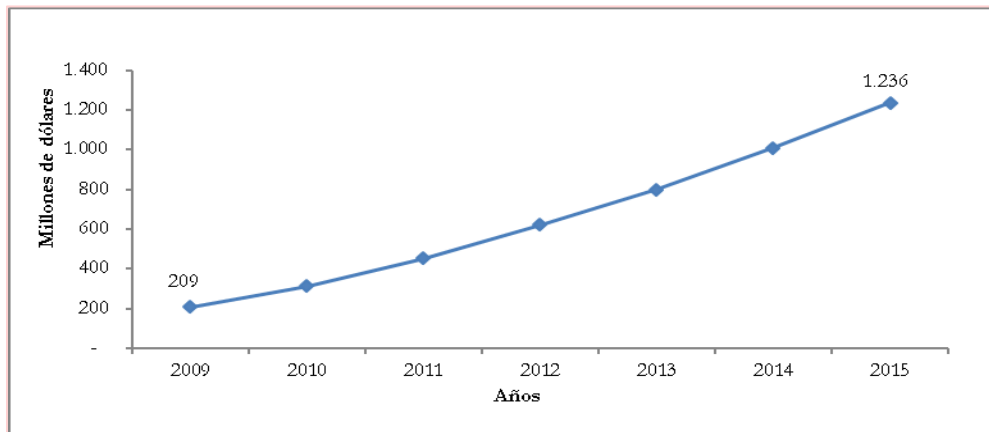
**Fuente:** Banco Central del Ecuador / Dirección Nacional de Riesgo Sistémico. – Marzo 2017

La figura 7 muestra la solvencia del sistema financiero, y en economía social y solidaria se han mantenido estables

con el nuevo sistema económico. Las cooperativas y las sociedades a pesar de haber experimentado en tiempos de economía de mercado comportamientos dispersos, se han reducido con el nuevo sistema económico. Sin embargo, ambos son superiores a los bancos privados.

Otra forma de aseguramiento es el seguro para los depósitos. También el Código Financiero, Art. 322, sostiene que es una forma limitada para asegurar dichos depósitos en varios servicios financieros ofrecidos por las instituciones financieras. Pero es limitado y segmentado porque el Art. 328, dicta que el monto a cubrir en el primer segmento: “Será igual a dos veces la fracción básica exenta vigente del impuesto a la renta, pero en ningún caso inferior a USD 32.000,00”; y el segundo segmento: “Será igual a una vez la fracción básica exenta vigente del impuesto a la renta, pero en ningún caso inferior a USD 11.000,00” (pág. 56).

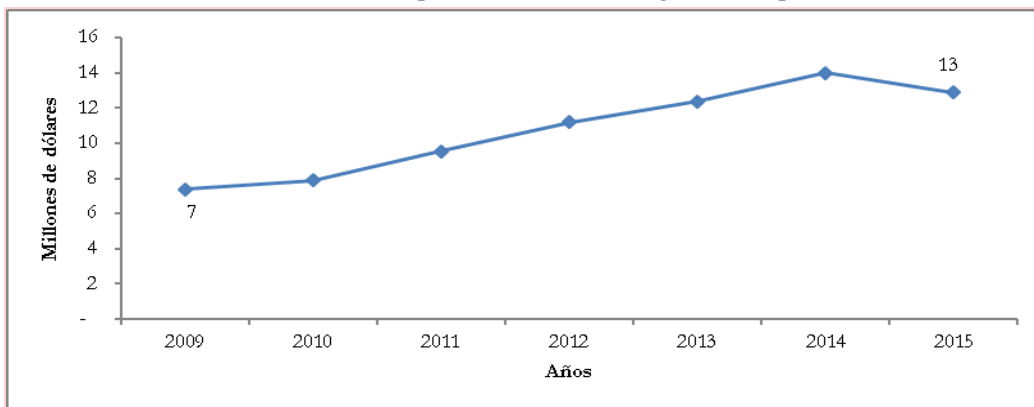
**Figura 8.** Evolución del patrimonio para los fondos de seguro de depósitos. Periodo 2009 – 2015.



**Fuente:** Corporación del Seguro de Depósitos, Fondo de Liquidez y Fondo de Seguros Privados (COSEDE).

La figura 8 muestra el respaldo de los seguros de depósitos por medio del patrimonio de las instituciones financieras. A partir de la extinta Ley de Regulación Financiera, y posterior Código Financiero, el seguro está solvente durante los 7 años.

**Figura 9.** Evolución de las contribuciones para los fondos de seguro de depósitos. Periodo 2009 – 2015.



**Fuente:** Corporación del Seguro de Depósitos, Fondo de Liquidez y Fondo de Seguros Privados (COSEDE).

La figura 9 muestra que las contribuciones para los fondos de seguros de depósitos han ido creciendo durante

siete años. A pesar de haber sufrido la iliquidez del sector debido por los efectos de la recesión mundial en el año 2014, se puede ver que ha aumentado en US\$ 6 millones de dólares (13 – 7). Así que, los depósitos nacionales están asegurados acorde a lo que diga la ley.

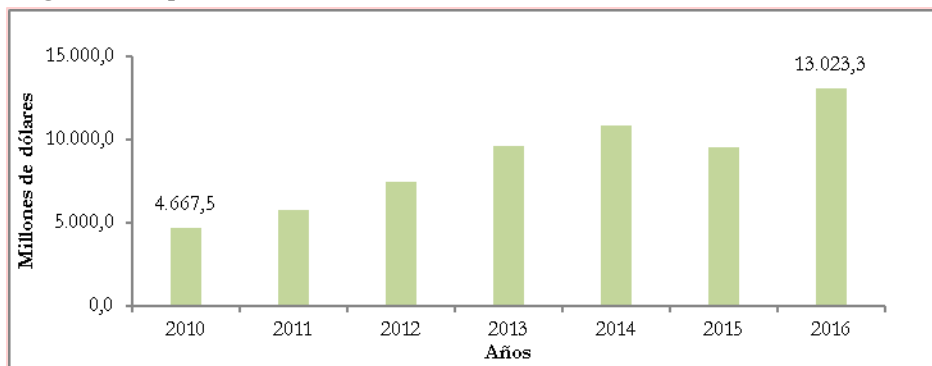
Es imperante recurrir al significado y después cómo se concibe en el país, esto de la liquidez. Porque la literatura económico-financiero tradicional hace referencia puramente al dinero en su estado “natural”. De ello parte para llevarlo a una cualidad de “fondo” sujeta a criterios técnicos.

La liquidez en términos generales indica que “un activo puede convertirse en dinero” o “el grado de disposición inmediata sobre los recursos” (Tomalá, 2003, pág. 124).

Para el Banco Central del Ecuador un fondo de liquidez “Es un Fideicomiso mercantil de inversión, creado y constituido para atender las necesidades de liquidez de las instituciones financieras privadas sujetas a encaje, que mantengan su patrimonio técnico dentro de los niveles exigidos por la Ley” (BCE, 2017).

El Art. 118 del código dice: las políticas de liquidez garantizan la eficacia de la política monetaria. Y es por medio de: reservas, proporción y la composición, todas en liquidez; también “Las tasas de interés en mercado abierto y ventanilla de redescuento, entre otros”. El responsable será el Banco Central del Ecuador. (Asamblea Constituyente, 2014, pág. 23)

**Figura 10.** Liquidez local del sistema financiero en Ecuador. Periodo 2010 – 2016

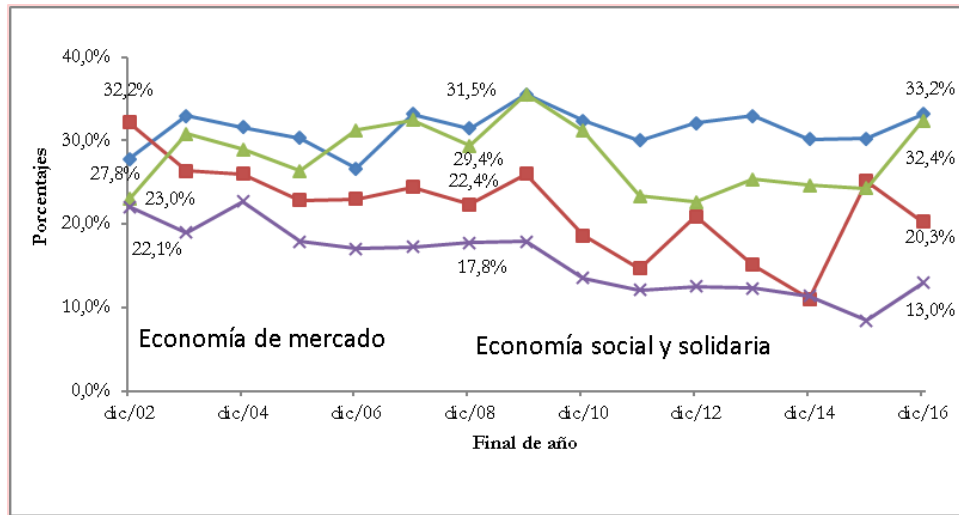


**Fuente:** Banco Central del Ecuador / Dirección Nacional de Riesgo Sistémico. – Marzo 2017

La figura 10 muestra la tendencia sostenida de la liquidez en la economía nacional. Durante 6 años, el aumento fue de 10 mil millones de dólares aproximadamente, por el efecto de la repatriación de los depósitos de los bancos nacionales en el extranjero.



**Figura 11.** Evolución del índice de liquidez a mes de diciembre. Periodo 2002 – 2016.



**Fuente:** Banco Central del Ecuador / Dirección Nacional de Riesgo Sistémico. – Marzo 2017

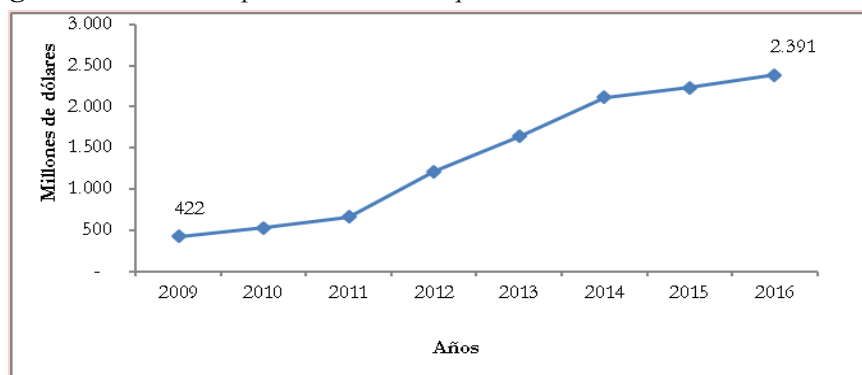
La figura 11 muestra, el índice de liquidez de las instituciones financieras que ha evolucionado relativamente estable. La liquidez de la banca privada (línea azul) ha ido evolucionando relativamente estable. La liquidez de las cooperativas (línea verde), desde el año 2010 hasta el 2015 se distancia de la banca privada, pero al final del año 2016 termina casi se iguala a esta. En cambio, la liquidez de las sociedades (línea roja) es muy variable y las mutualistas (línea púrpura) se aprecia que disminuye su liquidez.

Una de las disposiciones que entraron en vigencia a principios del año 2017, se pretende que: “Pueda prestar hasta el 20% de su patrimonio “y “se preste desde los fondos de los bancos privados hacia el fondo de liquidez de las cooperativas y mutualistas” (La Hora Nacional, 2016).

También el Art. 189 dicta que deben “(...) las entidades financieras mantener los niveles suficientes de activos líquidos de alta calidad libres de gravamen o restricción, que puedan ser transformados en efectivo en determinado periodo de tiempo sin pérdida significativa de su valor (...)”; y, “se utilizará al menos, los siguientes parámetros prudenciales: 1. Liquidez inmediata; 2. Liquidez estructural; 3. Reservas de liquidez; 4. Liquidez doméstica; y, 5. Brechas de liquidez (Asamblea Constituyente, 2014, pág. 33).

La figura 8 muestra el patrimonio para sustentar el fondo de liquidez y así dar solvencia a las instituciones financieras. Durante 7 años el crecimiento del patrimonio ha aumentado, llegando a casi los 2.400 millones de dólares hasta el año 2016. Esto genera seguridad y fuerza al sistema, para que las instituciones financieras proyecten confianza a futuros clientes.

**Figura 12.**Patrimonio para el fondo de liquidez del sector financiero ecuatoriano



**Fuente:** Corporación del Seguro de Depósitos, Fondo de Liquidez y Fondo de Seguros Privados (COSEDE).

El fondo de liquidez tiene por finalidad proveer los recursos para que evitar la quiebra de una entidad financiera.

### Discusión

Los seguros de depósitos están respaldados por medio de una estructura jurídica. Y la responsabilidad recae en las mismas instituciones, y no en el Estado. Pero es éste, quien obliga a las instituciones financieras a fortalecer este seguro para enfrentar cualquier eventualidad negativa que se genere al interior como al exterior del mismo sistema.

El fondo de liquidez contribuye a la estabilización del sistema financiero, porque sirve para ayudar a alguna entidad financiera a ser solvente y tener liquidez, si presenta alguna anomalía en su actividad. Y cuando algún banco, sociedad cooperativa o mutualista presente algún riesgo en sus activos líquidos, puede recurrir al fondo. Pero no siempre, ya que, si es muy grave su situación en el balance financiero, es mejor su cierre de actividad definitivo.

Estas figuras económico-jurídicas contribuyen a la estabilidad financiera del sistema. Dado que, en diagnóstico de insolvencia o riesgo de quiebra, las entidades pueden recurrir a la autoridad pertinente y acogerse a estos mecanismos, pero la responsabilidad ya no se pasa al Estado.

Sin embargo, y como se mencionó en la hipótesis, se siguen dando casos de iliquidez y posterior quiebra de entidades financieras. E incluso de estafas financieras, cuyas conexiones atraen a empresas comerciales. Esto es un constante ataque de riesgo hacia la estabilidad por la inescrupulosa actividad de la especulación. Y la aspiración de obtener lucro, tanto del que oferta como del que demanda. Esta base natural de la libertad económica que busca la ganancia, pone en constante inestabilidad el sistema, y pasan a formar parte del seguro y fondo a ser comodines de salvación para los pobres incautos que terminan recuperando una parte de sus depósitos. Por eso es necesario limitar entidades financieras en la economía social y solidaria, pero no limitar la acción responsable de inversión.

### Conclusiones

La estabilidad financiera es muy importante para la salud económica del país. Porque las instituciones financieras viven de los depósitos de las personas y obtienen ganancia de los créditos que otorgan. Y esa actividad es muy delicada debido a que siempre está latente la oportunidad de desviar el dinero hacia actividades que no

necesariamente sean productivas o actividades productivas que no generan los réditos necesarios para devolverlos a los ahorristas. Entonces se regula al sistema financiero haciendo netamente responsables a las entidades que operen en este campo, y sean ellos mismos que aporten, con sus propios recursos, a su auto-rescate. Y evitar por completo cualquier ayuda por parte del Estado, porque se requiere no volver a repetir los errores del pasado milenio, que pasó factura a los mismos ecuatorianos y ecuatorianas.

El seguro de depósitos tiene como destino salvaguardar y asegurar los ahorros de las personas que tienen una cuenta bancaria en las entidades financieras. Es una medida que ayuda también a la estabilidad del sistema financiero, pero hay que tomar en cuenta que es hasta un cierto monto y no todo. Es decir, si se presenta que un banco, sociedad, cooperativa o mutualista se declara insolvente o se detecta, por parte de las autoridades competentes, su insolvencia, en seguida se activa dicho seguro para devolvérselos a la cuenta ahorrista una cuantía proporcional.

El fondo de liquidez es otra medida para la estabilidad financiera nacional. Dicho fondo es para que las entidades financieras tengan la liquidez necesaria y hacer frente a la vorágine por dinero de sus depositantes. Así mismo, es autofinanciado por los mismos entes financieros. Y cuando alguno de ellos presente debilidad o riesgo en sus activos líquidos de corto plazo, se acude al fondo para evitar el cierre de la entidad. En la actualidad, no hay discriminación institucional, sino que todos pueden acudir a dicho fondo.

#### Referencias bibliográficas

- UTMACH. (2015). Obtenido de <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/>
- World Trade Organization. (2017). Obtenido de [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)
- Agudelo de Bedout, S. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde Colombia. *Revista de negocios Internacionales*, 2(1), 3-11.
- Allen, D. (2006). Comemos combustibles fósiles. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*.
- Alvarez, G. (1992). El Costructo "Clima Organizacional": Concepto, teorías, Acciones Investigacion y Resultados Relevantes. *Interamericana de Psocologia Ocupacional*.
- Ancona, M., Camacho, M., & Garcia-muñoz, C. (2012). Motivacion laboral en empleados administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. *Revista internacinal de administración y finanzas*, 121-134.
- Andrews, K. (1977). *El concepto de estrategia en la empresa*. Pamplona. Pamplona: Ed Universidad de Navarra.
- Angulo, S. (5 de abril de 2017). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. *El Comercio*.
- Anónimo. (16 de junio de 2016). Diario El Telegrafo - Economía. Obtenido de MAs de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por-presunta-estafa-masiva>
- Ansoff, H. (1976). *La estrategia de la empresa*. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra.
- Ansón Lapeña, J. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez, V. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Apuy, L. (2008). Factores del Clima Organizacional que influyen en la Satisfacción Laboral del Personal de Enfermería, en el Servicio de Emergencias del Hospital San Rafael de Alajuela, Junio- Noviembre 2008. San José, Costa Rica.
- Araujo, A., & Tapia, E. (2015). Economic Problems that Officials and Analysts are Worried About. *El Comercio*,

1.

- Araujo, J. A. (2007). Rendimiento empresarial. *Mediterraneo Economico*, I(11), 60.
- Arias . (2006). La investigación documental.
- Arredondo, F., Maldonado, V., & De la Garza, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, *Actitudes ante edad y género*. Scielo, 24(43), 285.305.
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión* 2004; vol. 5(17), 23-29.
- Asamble Constituyente. (2014). Código Orgánico Monetario y Financiero. Quito: Lexis.
- Asamble Nacional. (2014). Ley Oránico de Discapacidades. Quito.
- Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Lexis.
- Asamblea Constituyente. (2009). Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera. Quito: Lexis.
- Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. (2012). Reservas mundiales. España: CEIDA.
- Awad, G., & Valencia, A. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. *Reflexión Política*, 80-89.
- Aybar Arias, C., Casino Martínez, A., & López Gracia, J. (2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30121108>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la Responsabilidad Social Empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: Comunicado de Prensa.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>
- Banco Mundial. (2013). Los principios de Ecuador. Estados Unidos: [http://www.equator-principles.com/resources/equator\\_principles\\_spanish\\_2013.pdf](http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_spanish_2013.pdf).
- Barranco Saiz, F. J. (2010). Marketing Político. Madrid: ESIC Editorial.
- Barrientos Felipa, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. *Semestre Económico*, 122-123.
- BCE / INEC / Medios de Comunicación. (09 de marzo de 2017). Diario El Telégrafo. Obtenido de La quiebra de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas-costaron-usd-8-600-millones>
- BCE. (2017). Banco Central del Ecuador. Obtenido de Preguntas Frecuentes / Fondos de liquidez: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/ServiciosBCentral/FondoLiquidez/preguntasFrecuentes.pdf>
- Bernal, C. (2006). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.
- Boada, J. V., & Arguello, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicosomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema, Revista Anual de Psicología*, 125-131.
- Bonilla, L. (29 de Mayo de 2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *El Observador Económico*.
- Bosma, N., & Amorós, J. E. (2013). Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe. Concepción. Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. Obtenido de <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>
- Bouhali, R. (2015). *Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning*.
- Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. (2007). Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe. México: Teoría y Praxis.
- Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J. (2007). *Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid.
- Bustamante, J. (2013). Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas,

Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TESIS%20COMPLETA.pdf>

Cabrera M. (2013). El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador. Quito, Ecuador: tesis de grado Universidad San Francisco De Quito.

Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros. (2013). Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos Escambray. Santiago, Chile.: Editorial Edicasa.

Caligiore, I., & Diaz, J. (2003). lima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio. Revista Venezolana de Gerencia. Año 8. N° 24, 60-64.

Campos, G. (2003). Implicaciones del Concepto de Empleabilidad. Revista Iberoamericana de Educación (ISSN: 1681-5653).

Canals, A. (2003). Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de La gestión del conocimiento: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>

Castro Martinez, L. (2012). El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama. Norteamericana, 14.

CEAACES. (2015). La gesion e proyectos en las IES. Guayaquil: Gobierno.

Cevallos, P. (10 de Enero de 2010). Primary education is practically universalized according to Ecuadorian government. EFE News Service, pág. 1.

Chaparro, L. (2006). Motivacion laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas publicas y privadas). Red de Revistas Científicas de America Latina, el Caribe, España y Portugal, 7-32.

Chiang, M., Botelo, M., & Huerta, P. N. (2008). Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas) Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos. Revista Universum N: 23 Vol.2, 66-85.

Cibrán Ferraz, P., Prado Román, C., Crespo Cibrán, M., & Huerte Galbán, C. (2013). Planificación Financiera. Madrid: ESIC EDITORIAL.

CIRFS. (02 de 08 de 2017). Obtenido de European Man-Made Fibres Association : <http://www.cirfs.org/>

Clark, C. (1940). Las condiciones del progreso económico.

Clement Norris & Pool Jhon. (1982). Economía: Enfoque América Latina. México: McGraw-Hill, Pág. 13.

Clerc, I. (2012). Introducción a las condiciones del trabajo. OIT. 346 p. Ginebra.

COMEX. (2015). Importaciones - Evolución.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. Bruselas: Comisión Europea.

Consejo Nacional de Educación. (2006). Plan Decenal de Educación. Quito.

Consortio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES). (2010). Quito.

Constitución. (1998). Art. 306. Quito.

Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2015). El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>

Coviello, M. (2003). Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: CEPAL.

Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P. (2010). UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. . Loja, Loja, Ecuador: : Universidad Nacional de Loja.

De la Torre, A. (2013). América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad. Obtenido de Artículos del Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Definiciones de desarrollo. (2012). Definiciones de desarrollo. Recuperado el Julio de 2017, de Definiciones de desarrollo,: <http://www.definicion.org>

Diario Expreso. (15 de Abril de 2015). Ecuador es un ejemplo en Bachillerato Internacional.

Díaz, M. (2001). Rendimiento. *GpSerrano*, I(32), 100.

Díaz, R. (2011). Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo Popular Caracas utilizando métodos prospectivos. Cuba: Tesis de Maestría, Universidad de Cienfuegos.

Diccionario de la lengua española. (2015). Real Academia Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es>

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). *Macroeconomía*. Décima edición. México: McGraw-Hill Irwin.

Duque, Y., Cardona, M., & Jaime, R. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. Scielo, 29(50).

Economía y Finanzas internacionales . (13 de Junio de 2017). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecuálquidos S.A. (2017). Misión. Guayaquil: <http://ecualquidos.com.ec>.

Edwards, S., & Rodríguez, A. (2008). *Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes*. Quito, Ecuador: Conservación Internacional.

EFE. (16 de Septiembre de 2005). Palacio asegura haber incorporado los Objetivos de Desarrollo del Milenio. *La Hora Nacional*.

El Telégrafo. (5 de Noviembre de 2011). “Hace bien, hace mejor”, sello estatal a la excelencia.

El Telégrafo. (2017). Sector y empleo informales en Ecuador. Obtenido de El Telégrafo : <http://www.letelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El Universo. (16 de septiembre de 2004). La educación, desde que EL UNIVERSO es testigo. EL UNIVERSO.

El Universo. (15 de Febrero de 2015). Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de RSE.

El Universo. (24 de Mayo de 2016). INEN implementará Mi primer sello de calidad para Mipymes.

Elizondo , A. (2002). *Metodología de la investigación contable*. México: International Thomson Editores S.A.

Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Obtenido de *Emprende pon a andar tus ideas*: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>

Eslava, E. (2015). Education in Latin America: Challenges and opportunities for philosophy in the region. *Universitas Philosophica* Vol. 32, 223-243.

ESPAC. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano Ecuador. INEC. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

España , D., & Rivera , E. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Papel Político*, 1-42.

España Espinoza, D. A., & Rivera Aya, E. N. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Redalyc*, 17(1), 23.

Espinell, L. (2006). condiciones de rendimiento. *Dialnet*, I(30), 86.

Espinosa Andrade, A. (2015). *Educational Statistics, Indicators' Report*, Vol. 1, March 2015. Quito: Ministerio de Educación.

Esteban, G. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. *Dialnet*, I(28), 55.

Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., Jiménez Naranjo, H. V., & Hernández Mogollón, R. (2015). *La importancia de la innovación en el comercio electrónico*. Madrid. España. Portal Universia S.A. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>

Fernández, A., & Emandez, A. (1986). *EK DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA, NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANALISIS*. Madrid.

- Ferrari, L. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. *Revista Mexicana de Física*, 36-43.
- Figueiredo, A. (1993). El modelo del conflicto y la Teoría de Juegos. *Fundamentos Económicos*, 319.
- FLACSO Ecuador y MIPRO . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>
- Freile, C. (marzo de 2015). Para el Aula. Recuperado el 21 de abril de 2017, de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29)
- Fuertes, M. O. (2005). Practicas de emprendimiento. *Dialnet*, I(15), 259.
- Ganga, F, Piñones, M., & Saavedra, L. (2015). Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. *FENOpinaonline*.
- Garabiza, B. (septiembre de 2015). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Economía.
- García Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. *ESPOL Technological Journal*, 2-45.
- García, A. (julio de 2009). Eumed.net. Obtenido de El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>
- García, E. (2007). Influencia de las industrias en el Rendimiento. *Dialnet*, I(41), 180.
- García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). *ESTADÍSTICA EMPRESARIAL*. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.
- García, M. (2009). Clima organizacional y su Diagnostico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de administración* , 43-61.
- García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / No. 42*, 43-61.
- García, M., Hernández, T., Navarete, D., Alejandra, C., & Germán, S. (2014). Eelementos de los modelos determinantes del clima organizacional. *European Scientific Journal*, 10(28), 107-122.
- Gasca y Olvera. (2011).
- Global Reporting Initiative. (1997). Historia GRI. Estados Unidos.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). GAD Municipal de Machala (GAD). Obtenido de <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>
- Gomez, C. (2004). Diseño, construccion y validadcion de un instrumento que evalua clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al item. *Acta colombiana de sicologia* , 97-113.
- Gomez, N. (2017). El modelo de Triple helice. Guayaquil: UEES.
- Gómez-Salas, J. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. *Investigación Económica* , 171-202.
- Gonzalez. (2007). variedad empresarial. *Ventura*, 73.
- Gonzalez. (2007). Variedad Estrategica y rentabilidad empresarial. *Economía Aplicada*, I(72), 200.
- González, J. (2009). La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles. México: Divulgación.
- Gottmann, J. (1973). *Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricità*. Torino: Einaudi.
- Goyes, J. (21 de diciembre de 2012). Clima organizacional en la Universidad del Valle, documento de trabajo diagnostico. Obtenido de Universidad del Valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>

- Grajales. (2000).
- Grajales, P. (2014).
- Great Place To Work. (15 de noviembre de 2010). Buen Clima Laboral, una tarea pendiente. Diario Hoy.
- Guerrero, G. (2012). El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV. IDE Business School.
- Guerrero, R., Focke, K., & Rossini, F. (2010). Redes de seguridad financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe. Bogotá: BID.
- Gutierrez, A. (2015). La crisis financiera del 2008. Una visión desde la macroeconomía del desequilibrio. RES NON VERBA, 116.
- Hamel, G. (2011). El futuro de la administración.
- Hansé, F. (2010). Quito: CERES.
- Heritage Foundation. (2017). 2017 Index of Economic Freedom. Washington, DC: Heritage Foundation.
- Hernández Sampieri, R. (l. 2007. 336 p.). Fundamentos de metodología de la investigación. Madrid (España): . McGraw Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). Metodología de la Investigación. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, Fernández y Baptista . (2006). Metodología de la Investigación.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. Mexico D.F.: McGraw Hill .
- Hernández, R., Mendez, S., & Contreras, R. (2014). Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia. Contaduría y administración 59 (1), 229-257.
- Herzberg, F. (1954). La Teoría de la Motivación-Higiene.
- Herzberg, F. (2003). Una vez mas : como motivar a sus empleados. Harvard Bussines Review, 3-11.
- Hurtado, M. (2017). ¿Cuál es el origen del emprendimiento? Obtenido de <https://www.aulaclicks.com/cual-es-el-origen-del-emprendimiento/>
- Industrias. (2016). Las industrias de bebidas se fortalece con inversión. Vistazo, 15.
- INEC. (2014). Encuesta de superficie y producción agropecuario continua ESPAC 2014. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo 2010. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016 ). Reporte de Economía Laboral. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)
- Instituto Nacional de, S. (2012). Notas Técnicas de prevención. Primera Edición. Barcelona: : Editorial Series VZ.
- Jácome, E. (13 de June de 2016). From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam. El Comercio, págs. 1-2.
- Jiménez, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. Energética, 93-105.
- Johnson G. y Scholes, K. (1996). Dirección estratégica. Madrid: Ed. Prentice Hall.
- Jorge Palencia, I. B. (2007). La Gerencia de Proyectos de Responsabilidad Social. ORBIS, 69-72.
- Kaplan, R., & Norton, D. (2005). Cuadro de Mando Integral. . Madrid: : Gestion 2000.
- Kaplan, R., & Norton, D. (2008). Estrategia Corporativa. . Harvard Business School Press.
- Klare, M. (2012). La geopolítica del gas natural . España: Papeles.



- Kreps, D. (1990). Un curso de teoría microeconómica. Princeton : Princeton University Press, 120.
- Krugman, P. (2008). Fundamentos de Economía . Barcelona: Editorial Reverté S.a++A.
- Kuschick, M. (2010). Marketing y comunicación política . Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 41.
- La Hora Nacional. (10 de diciembre de 2016). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.WS4YjfnYuUk>
- Lastra, F. (2006). Rendimiento Rentabilidad . yirepa, 15.
- Lastra, X., Coloma, J., Espinossa, D., & Herrera, F. (2015). Las energías renovables en la actividad turística. Innovaciones hacia la sostenibilidad. Siembra, 086-094.
- Lema, B. M., & Ferrer, M. (2016). The investigative training of teachers: An imperative for higher technological institutes in Ecuador. Santiago, 266-279.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor . (2000). Quito.
- Ley Orgánica de Discapacidades. (2012). Quito: Asamblea Nacional.
- Líderes. (29 de Septiembre de 2014). El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento.
- Líderes. (21 de Noviembre de 2016). El sector alimentos piensa en exportación.
- Líderes. (11 de Enero de 2017). e trabaja para exportar más.
- Líderes. (3 de Marzo de 2017). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.
- Líderes. (11 de Abril de 2017). Un fondo de 10 millones de euros para Mipymes que apuntan a la Unión Europea.
- Lima, M., & López, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Quito: CERES.
- Littlechild, S., & Thompson, G. F. (1977). Teoría de Juegos y planificación de estrategias. Campana Journal of Economics vol . 8 , n° 1, 126.
- Llano, L., & Mosquera, V. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad Nacional de Colombia.
- López Mateo, C. (2010). Planeación Financiera en Mipymes de Industrias en Crecimiento: El Caso de los Laboratorios de Naturistas de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.
- López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en PYMES. México. UNAM. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>
- López, A., Contreras, R., & Rubén, M. (2011). La RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario. Scielo, 261-283.
- Lopez, E. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá. Universidad & Empresa, 9-35.
- Lopez, J., & Maldonado, V. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the Eucation Ministry of Ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of Macas. Salesiana Academic Journal (Thesis), 23-107.
- Lousteau, M. (2011). Economía en 3D. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.
- Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). Games and Decisions. Wiley & Sons, 59.
- Luna Tamayo, M. (2014). Educational policies of Ecuador, 1950-2010: State deeds and society's initiatives. UNED, 1-362.
- Malhotra, N. K. (2016). INVESTIGACION DE MERCADOS. Mexico D.F.: Pearson Education.
- Mallo, P. E. (2005). LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. Buenos Aires: Congreso Metropolitano de Ciencias Economicas.
- Mankiw, G. (2012). Principios de Economía. México: Cengage Learning.

- Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. *Revista Universidad EAFIT* , 80-87.
- Manuel, F. (2001). Procesos estrategicos y Implicacion para el Rendimiento. *Revista Anual*, I(38), 116.
- MCCTH. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . *EcuadorUniversitario*, 1-2.
- Meier, P. (2014). *Leveraging Uncertainty: A Practical Approach to the Integration of Responsible Innovation through Design Thinking*.
- Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.
- Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.
- Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. Mexico: Mc Graw Hill 3era Edición.
- Mendoza, M. (11 de Diciembre de 2016). Un viaje al origen del 'boom' bananero. *El Comercio*.
- Merino, L. (2012). *Las energías renovables*. España: Energías Renovables para todos.
- Ministerio Coordinador de la Producción, E. y. (2014). Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador-espaniol.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Más de 100 MIPYMES cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de MCE. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). *Fomento de las pymes ecuatorianas*. Guayaquil-Ecuador: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2012). *Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo*. La Habana: Instituto de Estudios e Investigaciones del trabajo.
- Ministerio del Trabajo. (2015). *Seguridad y Salud en el Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.
- MIPRO. (2012). *Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores*. Ministerio de Industria y Productividad.
- Mira, M. (2012). *La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: un campo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores*. España.
- Moliner. (2012). *relacion con el rendimiento y rentabilidad en empresas*. *Papersdeturisme*, 75.
- Morla, M. (12 de febrero de 2006). *Cacao ecuatoriano glorias de siempre*. *El Universo*.
- Mujica, M., & Perez, I. (2007). *Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad*. *Revista de Educación*, Año 13, Número 24, 290-304.
- Murillo, D. (2007). *Rescatar la economía económica de Adam Smith*. En *Ética, Economía y Empresa* (pág. 39). Barcelona: Gedisa.
- Murillo, D., & Arnau, G. (2007). *Ética, Economía y Empresa*. En *La dimensión moral de la economía* (pág. 84). España: Gedisa S.A.
- Naciones Unidas. (2000). *Declaración del Milenio*. Nueva York: Asamblea General.
- Nadal, A. (2002). *Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México*. México: Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.
- Narváez Liceras, A. (2017). *Finanzas Corporativas y estudios de casos*. Lima: Macro EIRL.
- Navarrete, J. (2012). *Política Económica*. México: Red Tercer Milenio S.C.
- Navarro, E. (2008). *Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción*. *Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización* , 1917-1927.
- Noblejas. (2012). Obtenido de *Página 7 Comunicación S.L. C/ Noblejas, 5 Bajo - 28013 Madrid*
- OCDE. (s.f.). Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>
- OCDE/CEPAL/CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y*

emprendimiento. Paris. Francia. OECD . Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>

Ochoa Setzer , G. (2012). Administración Financiera. Mexico: McGraw-Hill.

OEI. (2016). Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura. Recuperado el 2017, de [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)

Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La transición de la economía informal a la economía formal . Obtenido de Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)

Ordiz, M. (2001). Rendimiento. Dialnet, I(45), 252.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2015). Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca. Roma, Italia: FAO.

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)

Ortega, A. (2016). Semblanza del Dr. Rodrigo Borja Acto de Investidura Doctor Honoris Causa. Guayaquil.

Owen, G. (1968). Game Theory. Philadelphia: Saunders.

Pacheco, L., & Pacheco, R. (2015). Evolución de la educación superior en el Ecuador. La Revolución Educativa de la Universidad Ecuatoriana. Pacarina del Sur.

Páez, T. (2009). Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de. Universidad de Valencia, 1-14.

Paladines, C. (2015). Prospects for change in Basic Education and High School. Ecuador: 2007-2013. Praxis Educativa; vol. 19, 3452.

Palma, S. (2000). Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias. Revista de Investigación en Psicología, 11-21.

Pardo Granizo, M. A. (2013). Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro. Milagro. Ecuador. UEM. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>: <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>

Patricio Peña, presidente del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa (IEGC). (28 de junio de 2017). El Gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial. Fundación Corresponsable.

Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Jeremy, D., Rebecca, L., Maitlis, S., y otros. (2005). Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation. Journal of Organizational Behavior, 379–408.

Pérez, R., & Carrillo, B. (2000). Desarrollo local: manual de uso (2da. ed.). Madrid: ESIC.

Pino, J. (2007). Alto Rendimiento. Andrews, I(28), 60.

Producción, R. a. (2014). [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec). Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf>

Programa Formación de Formadores en RSE. (s.f). Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?

Pronaca. (2015). Memoria sostenible de ser Pronaca. Guayaquil.

Quijije, B., & Verzosi, C. (2017). Ecuador: Desarrollo local y emprendimiento. En C. Ronny (Ed.), Perspectiva del desarrollo regional sustentable en Ecuador (págs. 47-66). Loja: Ediloja Cia. Ltda.

RAE, R. (2017). Diccionario de Lengua Española. Obtenido de Estabilidad: <http://www.rae.es/>

Ramírez González A. (2010). Metodología de la Investigación Científica.

Ramírez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). La Motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tubería de acero. Daena: International Journal of Good

Conscience, 143-148.

Ramos Ferrin, V. L. (2006). AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. Guayaquil.

Ratzel, F. (1902). La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida. Alemania.

Real Academia Española. (29 de junio de 2012). Diccionario. Obtenido de Sitio web de la Real Academia de la Lengua: <http://www.rae.es/>

Red de Firmas (PwC). (2016). Informe del King IV sobre Gobierno Corporativo <sup>TM</sup> para Sudáfrica 2016. Sudáfrica: PwC.

Reinoso, H., & Aranceda, B. (2007). Diseño y validación de un modelo de medición del clima basado en percepciones y expectativas. Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre , 42.

Rentería, E. (2004). Empleabilidad: una lectura psicosocial. Seminario Los Trabajos de la Globalización. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.

Restrepo, L., & Gonzalez, J. (2007). De Pearson a Spearman. Revista Colombiana de Ciencias, 183-192.

Revista Ekos. (06 de 2015). *ekosnegocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>

Revista Ekos negocios. (2011). Conformación de la Norma ISO 26000. En Empresas con Responsabilidad Social Corporativa (págs. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).

Revista Ekos negocios. (2011). ELCAFÉ y su responsabilidad social. En [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com) (Ed.), Empresas con Responsabilidad Social Corporativa (págs. 68-69). Ecuador.

Revista Ekos negocios. (2011). Nestlé: Creación de valor compartido. En Empresas con Responsabilidad Corporativa (págs. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).

Revista Ekos negocios. (2017). Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB.

Revista Líderes. (2015). La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador. Obtenido de Revista Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>

Reyes, P. (2016). Combustibles fósiles y contaminación. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Rio, M. d. (2013). Relación entre rentabilidad y rendimiento . *Economía* , 73.

Rios, M. F. (2007). Procesos de Rentabilidad en una Organización. *Psicothema*, I(8), 102.

Rodríguez Puente, E. (enero de 2005). Boletín Técnico. Obtenido de [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL\\_08\\_05\\_MTY\\_FC.PDF](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL_08_05_MTY_FC.PDF)

Rodríguez, D. (2005). Diagnóstico Organizacional. Buenos Aires: Editorial Alfaomega.

Rosero, R., Bermúdez, J., Gómez, G., García, M., & Reyes, I. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 267-284.

Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). Finanzas corporativas. Mexico: McGraw-Hill Companies.

Rubio Domínguez, P. (2008). Inreducción a la Gestión Empresarial. Madrid: INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.

Rubio, P. (2007). Manual de Análisis Financiero. *Derecho y Economía*, I(2), 10.

Sack, R. (1986). Human Territoriality: Its theory and history. Cambridge University : Press.

Salgado, J., Remeseiro, C., & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. *Psicothema* , 329-335.

Samuelson, P. (2001). Macroeconomía. Décima sexta edición. Barcelona: Mc. Graw Hill.

Samuelson, Paul y Nordhaus William,. (2005). Economía. Mexico: McGraw -Hill. 18.a.ed.

Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *researchgate.*, 50-62.

Sánchez, J. (Noviembre de 2015). Tesis de maestría . Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano

en Ecuador. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Ciencias Económicas.

Santos, M. (1994). *O Retorno do Território*. São Paulo: Hucitec-ANPUR.

Sarmiento, S., & Montoya, J. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.

Sashkin, M. (1996). *El Cuestionario MbM Gestion por motivación*.

Satterthwaite, M. A. (1975). Economía, aplicacion de estrategia en la teoria de juegos. *J. Econ. Theory*, 187-217.

Schotter, A., & Schwodiauer, G. (1980). Economía y Teoría de Juegos. *diario of Economic Literature*, 89.

Secretaria de Relaciones Migratorias y Consulares. (Julio de 2007). Política Migratoria del Ecuador. Obtenido de <http://www.refworld.org/pdfid/49002e312.pdf>

Segovia, F. (Noviembre de 2016). Sixto Durán Ballén, el señor Presidente. *El Comercio*.

Semplades, S. (2013). *Plan nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Semplades.

Senge, P. (2003). *La Quinta Disciplina, El Arte y la Práctica de las Organizaciones que Aprenden*. . Currency.

Serrano Carmona, A. (25 de October de 2015). 47% of working children in Ecuador, in risk situations. 'La Hora', págs. 1-3.

Shubik, M. (1987). *Game Theory in Social Sciences*. Massachusetts: MIT Press.

Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. Londres: Alianza.

Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. (1990). *Economía*. España: MacGraw-Hill, Pag. 3.

Stieler, U. (16 de Julio de 2014). Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>

Stiglitz, J. (2002). *El malestar en la globalización* (1era ed.). España: Litografía Losés S.A.

Superintendencia de Compañía del Ecuador. (2011). *Superintendencia de Compañía del Ecuador*. Obtenido de [www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)

Tafur, G. (2016). Impact of New Policies of Higher Education in Universities and Polytechnic Schools of Ecuador. *Business Magazine*, 27-34.

Talledo, M., & Solòzano, D. (2013). Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.

Tarantino , S. (16 de 06 de 2012). *De gerencia*. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de-indicadores>

Tedesco, J. C., & Lopez, N. (2002). Secondary Education challenges in Latin America. *CEPAL Magazine*, 55-69.

Tirole, J. (1988). *La teoría de juegos en la organización industrial*. Cambridge: MIT Press.

Tomalá, M. (2003). *Terminos Económicos*. Manta: Análisis Ediciones.

Topanta Vera, M. I. (2010). *Diseño e implementación de Indicadores de Gestión*. Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Guayaquil, Guayas, Ecuador:: Escuela Superior Politecnica del Litoral.

Toro, F. (1996). *Clima Organizacional y Productividad*. . *Temas de administracion*, 66-72.

Torres, R. M. (1990). *Alfabetización de adultos en América Latina: Problemas y Tareas*. Quito: Ciudad Centro de Investigaciones.

Transparency International. (2017). *Transparency International*. Recuperado el 24 de abril de 2017, de [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)

UNESCO. (1988). .

UNESCO. (2006). *El currículo a debate*. PRELAC Proyecto regional de educación para américa latina y el caribe, 1-160.

UNESCO. (2014). . *MARCO DE ACCION PRIORITARIA*.

Universidad Técnica de Machala. (2017). *Reglamento de Elecciones y Referendo Reformado Abril 2017*.

- Machala: Secretaría General.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Resoluciones . Machala: Consejo Universitario.
- Valdez, A. (2015). Elaboración de un manual de procedimiento de Seguridad e Higiene del Trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construcción de obras civiles en la empresa FAGA de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/UPS-GT001284.pdf>.
- Valdez, A. (s.f.). Influencia del Rendimiento. Dialnet, II(28), 46.
- Vallaes, F. (. (2003). La etica y moral en las instituciones.
- Van Horne C., J. W. (2010). Fundamentos de Administración Financiera (Decimotercera edición ed.). México, México: Pearson Educacion.
- Vásquez, H., & Dacosta, O. (2007). Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas. Ingeniería Investigación y Tecnología, 249-259.
- Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. C., & Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2, No. 2, 429-349.
- Véliz, J., & Díaz, S. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. Universidad ESAN, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.
- Villacís, M. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Villar, L. (2007). Estado de derecho y Estado social de derecho. Revista Derecho del Estado,, 10(20), 73-96.
- Vinogradoff, L. (05 de 04 de 2014). Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano Leopoldo López. ABC International.
- Vistazo. (2016). La industria de bebidas se fortalece con inversión.
- Viteri Díaz, G. (2006). Education situation in Ecuador. Latin American economy Observatory, 1-24.
- Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de latinoamerica. Washington.
- Wateryear. (2007). Obtenido de [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007
- world bank group. (2006). ¿Qué es RSE?
- Yakumuseoagua. (2008). Obtenido de [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008
- Zavala Egas, Z. (1999). Corrupción política: El caso del Ecuador. Corrupción política: El caso del Ecuador. Guayaquil.

## Las finanzas conductuales para la toma de decisiones

**Ximena Minshely Guillin Llanos**

Universidad Técnica Estatal de Quevedo  
xguillin@uteq.edu.ec

**Nuvia Aurora Zambrano Barros**

Universidad Técnica Estatal de Quevedo  
nzambrano@uteq.edu.ec

**Dominga Ernestina Rodríguez Angulo**

Universidad Técnica Estatal de Quevedo  
drodriguez@uteq.edu.ec

### Resumen

El objeto de este artículo es describir los principios y conceptos básicos del Behavioral Finance con el propósito de reflexionar sobre algunas posibles explicaciones sobre el comportamiento financiero de los individuos desde un punto de vista que se fundamenta en conceptos de la Psicología en la toma de decisiones. Estos conceptos incluyen a la Prospect Theory, así como los principales Heurísticos y Sesgos, los cuales representan los pilares fundamentales del Behavioral Finance. Los principios y conceptos expuestos pueden representar una alternativa complementaria para entender las Finanzas, desde una forma distinta de racionalidad más acorde a la naturaleza humana.

**Palabras Claves:** Finanzas Conductuales, Heurísticos, Sesgos, Teoría de la Prospección, Toma de decisiones.

### Introducción

A lo largo de la historia económica, encontramos teorías que tratan de explicar el comportamiento del hombre dentro del ambiente financiero, así como las consecuencias de sus acciones. Sin embargo, las acciones de los agentes económicos en la realidad han afectado al entorno financiero global, de manera que contradicen las leyes y teorías económicas, que parten de la eficiencia y la racionalidad de los individuos.

Bajo el enfoque de las teorías económicas clásicas, en concreto de la neoclásica a partir del siglo XIX, se plantea el concepto del homo economicus, el cual considera que el individuo se comporta de manera racional con la expectativa de maximizar utilidades y una aversión al riesgo. Sin embargo, si los individuos se comportaran de manera racional quizás estos no hubieran causado por ejemplo una tulipmanía<sup>4</sup>, un jueves negro<sup>5</sup>, crudas financieras (efecto tequila y vodka)<sup>6</sup>, una crisis ninja<sup>7</sup> y, en general, crisis financieras y burbujas especulativas como las que se han presentado a lo largo de la historia.

Como una alternativa a las teorías económicas clásicas, a finales de la década del setenta surge el Behavioral Finance, el cual desde una perspectiva distinta de racionalidad, trata de explicar el comportamiento de las personas en la toma de decisiones financieras. En otras palabras, trata de dar una explicación del acontecer del mundo financiero, a través del comportamiento de los individuos que participan en él, desde una perspectiva psicológica.

En este sentido, el objetivo del presente artículo es presentar los conceptos y principios básicos de la, relativamente nueva, teoría sobre el comportamiento humano dentro de las Finanzas: el Behavioral Finance. La

aportación principal de este trabajo radica en la difusión de esta perspectiva alternativa en el entendimiento de las Finanzas para los participantes de sus distintos ámbitos. Es decir, la comprensión de este nuevo paradigma tiene aplicaciones tanto en las finanzas personales como públicas, corporativas, bursátiles e internacionales, lo cual consideramos debería de ser de interés tanto para los individuos como para las empresas.

### **Desarrollo**

En los años setentas, los psicólogos Daniel Kahneman y Amos Tversky se introdujeron formalmente a la Economía con su teoría The Prospect Theory, publicada en el journal de Econometrica en el año de 1979. Ellos descubrieron que el comportamiento de los individuos en situaciones bajo incertidumbre era totalmente irracional e inconsistente al involucrar situaciones económicas. Fundamentada con evidencia empírica, esta teoría se enfoca en aspectos más reales del hombre común durante la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre, ya que este personaje vive en un mundo que cambia y se transforma a una velocidad sorprendente, donde su entorno es tan relativo que tiene un contraste total con el homo economicus; aquél que transcurre en un mundo de abstracción donde existe la precisión propia de los modelos económicos. Esta teoría se fundamenta en cómo un individuo o grupo de personas se comporta, en promedio, en un mundo de incertidumbre.

Posteriormente, Kahneman y Tversky continuaron con sus investigaciones sobre el comportamiento humano dentro de las finanzas. A estas investigaciones se unieron principales partícipes de la comunidad académica financiera como Thaler, Fama, Heirshleifer, Minsky, Shrefrin, Slovic, entre otros; dando origen a la era moderna de las finanzas, la cual trajo consigo una nueva teoría económica basada en el comportamiento y la influencia psicológica en las decisiones financieras. Dicha teoría lleva el nombre de "Behavioral Finance".

De acuerdo a Kahneman y Tversky (1979) la Prospect Theory asume que las pérdidas y las ganancias se evalúan de forma diferente, por lo tanto los individuos toman sus decisiones basándose en su percepción de las ganancias más que su percepción de las pérdidas. Esta teoría es conocida también como "teoría de la aversión a las pérdidas" y el concepto general es que si se ponen dos opciones iguales frente a un individuo, con una de ellas presentada en términos de ganancias potenciales y la otra en términos de posibles pérdidas, el individuo optará por la primera.

Continuando con el planteamiento del anterior estudio seminal, esta teoría describe como los individuos toman una decisión entre alternativas probabilísticas donde el riesgo es considerado y la probabilidad de distintos resultados es desconocida. A su vez considera que las decisiones tomadas por los individuos, se apegan más a un comportamiento psicológico de los individuos que aun razonamiento basado en la Teoría de Utilidad Esperada. La explicación que subyace al comportamiento de los individuos bajo esta teoría radica en que debido a que las alternativas son independientes y únicas, la probabilidad razonablemente asumida de ganar o perder es 50/50, en lugar de que la probabilidad sea la que se presenta; es decir, que la probabilidad de ganar es generalmente percibida como más grande. Finalmente, los padres del Behavioral Finance propusieron en su estudio que las pérdidas causan un impacto emocional más grande en un individuo que el que provoca una cantidad equivalente de ganancias. Por lo tanto, dadas dos alternativas presentadas de dos formas, con ambas ofreciendo el mismo resultado, un individuo escogerá la opción en la que perciba que obtendrá ganancias.

### **Conclusiones**



El hombre a lo largo de toda su existencia, ha sido un ser imperfecto. En esa imperfección, el individuo siempre ha luchado por superarse en cada oportunidad que se le presenta. Sin embargo, inconscientemente se aleja de la realidad y la objetividad en la toma de decisiones, influenciado consciente o inconscientemente por sus sentimientos y deseos.

El concepto de Behavioral Finance, como ya lo dijo Thaler (1999), se considerará como redundante con el paso del tiempo, ya que solamente habrá una sola Teoría de Finanzas, enriquecida con la inclusión de un comportamiento más realista de los agentes económicos. Sin duda una mejor comprensión de las limitaciones humanas y de su comportamiento más realista, terminarán beneficiando al tomador de decisiones mucho más que solamente tenerse una inocente fe en su intelecto.

Las características propias del comportamiento humano analizadas en este artículo, siempre han existido a lo largo de nuestras vidas, sin embargo la Economía parece olvidarlas. Todavía no se encuentra una explicación del porqué, dado que los agentes que modelan este universo económico son seres humanos. Una posible respuesta quizás sería porque las posturas clásicas celan demasiado la materia y no tienen la apertura para aceptar y entender que la psicología del inversionista influye directamente en sus decisiones y los movimientos financieros diarios.

Sin embargo, estas nuevas aportaciones a la teoría económica, no tienen la finalidad de sustituir o refutar las teorías clásicas en la Economía, sino de ayudar y aportar nuevas ideas para entender mejor el mundo económico, así como para buscar una coherencia y congruencia con una racionalidad distinta, en la toma de decisiones financieras.

Con base en lo anteriormente expuesto, surgen interesantes líneas de investigación, que los autores de este artículo están realizando actualmente, las cuales se enfocan en la obtención de evidencia empírica que respalde o no la aplicación de los conceptos del Behavioral Finance, en el proceso de la toma de decisiones financieras en situaciones de incertidumbre o riesgo, por parte de los individuos. Estos estudios empíricos pueden ser realizados en prácticamente todos los ámbitos de las finanzas; no obstante, en la literatura referente al tema se pueden distinguir dos claros grupos de investigaciones empíricas que dan la pauta a investigaciones futuras: a) los estudios aplicados en el área de finanzas personales o cotidianas y b) los aplicados en el área de finanzas bursátiles o mercados financieros. Igualmente el área de Behavioral Finance se relaciona fuertemente con las áreas de marketing, comportamiento del consumidor y neuromarketing, las cuales representan otros horizontes para extender este trabajo.

#### **Referencias bibliográficas**

- Camerer, C., Lovo, D. (1999). Overconfidence and excess entry: an experimental approach. *The American Economic Review*, 89 (1), 306- 318.
- Kahneman, D., Tversky, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47 (2), 263-292.
- Kahneman, D., Tversky, A. (1982). Judgment under uncertainty: heuristics and biases. *Scienca, New Series*, 185(4147), 1124-1134.
- Ferguson, C. (Productor y Director). (2010). *Inside job* [Motion picture]. Sony pictures classics. USA: Sony.
- Sewell, M. (2007). Behavioral finance. Recuperado de: <http://www.behaviouralfinance.net/behavioural-finance.pdf>
- Shiller, R. J. (2001). *Exuberant reporting*. New York: Broadway Books.
- Simon, H. A. (1957). A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99-118.
- Thaler, R. H. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 4(3), 199-214.

Thaler, R. H. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183-206.  
Wong, A. & Quesada, J. A. (2009). *El comportamiento humano en las finanzas*. México: IMEF.

# CAPÍTULO IV

## TURISMO Y GESTIÓN COMERCIAL



# Economía y ambiente. Teoría, externalidades del sector turístico e incentivos para su minimización en Ecuador

**PhD. Marlene Mariluz Mendoza Macías**  
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  
edmaryluz@gmail.com

**PhD. (c) Erwin José Guillén Franco**  
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  
eguillen@gcasite.com

## Resumen

En los desafíos de países en desarrollo consta el perfeccionamiento de políticas que tiendan a generar menor desigualdad, mayor crecimiento con equidad y sostenibilidad ambiental, lo que debe redundar en una mejor calidad de vida de las poblaciones. Ecuador se encuentra en un proceso de cambio estructural, tras la búsqueda de la transformación de su matriz productiva, dicho cambio no solo debe involucrar la transformación de la materia prima en bienes de mayor valor agregado, sino también considerar que los procesos y los bienes y servicios finales sean amigables y respetuosos con el ambiente, minimizando las externalidades negativas. El objetivo del estudio es mostrar las relaciones fundamentales entre la economía y el ambiente, externalidades del sector turístico e incentivos para lograr una economía con desarrollo sostenible en Ecuador. El alcance de la investigación en la metodología es a nivel descriptivo. Se concluye que la economía y el ambiente deben estar en equilibrio para asegurar el bienestar del ser humano. El sector turístico no es la excepción en la generación de externalidades ambientales, puesto que incide en la afectación y agotamiento de los diversos recursos del planeta. Existen diversos incentivos que se pueden establecer a nivel de política pública. Ecuador ha generado una base Institucional para la actuación a favor del cuidado del ambiente, se requiere del desarrollo e implementación de instrumentos que se fundamenten en información científica y técnica, acorde a cada problema y sector.

**Palabras clave:** Turismo, Economía, Ambiente, Desarrollo sostenible, Incentivos, Bienestar social.

## Abstract

Challenges in developing countries include improving policies that tend to generate less equality, greater growth with equity and environmental sustainability, which should result in a better quality of life for the populations. Ecuador is in a process of structural change, after the search for the transformation of its productive matrix, the change of change involves not only the transformation of the raw material into goods of higher added value, but also consider that the processes and the end Goods and services are friendly and respectful of the environment, minimizing negative externalities. The objective of the study is to show the fundamental relationships between the economy and the environment, the externalities of the tourism sector and the incentives to achieve an economy with sustainable development in Ecuador. The scope of the research in the methodology is a descriptive level. It is concluded that the economy and the environment must be in balance to ensure the welfare of the human being. The tourism sector is not the exception in the generation of environmental externalities, which affects the affectation and exhaustion of the diverse resources of the planet. There are various incentives that can establish a level of public policy. Ecuador has created an institutional basis for action in favor of environmental care, requires the development and implementation of instruments based on scientific and technical information, according to each problem and sector.

**Keywords:** Tourism, economy, environment, sustainable development, environmental, incentives, social welfare.

## Introducción

El desarrollo de toda sociedad se ha dado sobre la base de la disponibilidad de recursos en la tierra; recursos humanos y naturales. La historia manifiesta la existencia de poca población y abundantes recursos en épocas antiguas; hoy la realidad evidencia un panorama totalmente contrario, donde existe una excesiva población y en continuo crecimiento y, de forma paralela, menores recursos naturales a su disposición. La explotación de los recursos naturales ha sido inevitable, como el medio esencial de supervivencia para la población creciente en el mundo. Sin embargo, el abuso en su explotación ha generado una desigualdad en el aprovechamiento de los mismos entre las distintas generaciones; así, hoy la población mundial es víctima del actuar irresponsable en el pasado, en el futuro las familias serán víctimas de las decisiones que se toman en la realidad actual, ya que llegarán a un mundo cada vez más destruido con menos recursos naturales disponibles en el medio.

No son desconocidos los problemas ambientales de los que padece el mundo actual; así, se tiene el calentamiento global, la destrucción de la capa de ozono, la lluvia ácida, deforestación, extinción de especies, contaminación de los recursos naturales, entre otros, con múltiples efectos negativos sobre el entorno natural y, por ende, en la vida del hombre.

Comprender aquello, implica que los seres humanos tomen acciones para contrarrestar dicha problemática.

En los últimos 40 años, se ha mostrado una mayor preocupación por atender esta problemática que afecta a todos, sin ninguna distinción, han surgido desde normas internacionales, diversidad de regulaciones locales, formas de concientización, entre otras, haciéndose énfasis en el papel importante de los agentes individuales en una sociedad, como son los del productor-empresa, el gobierno y hasta el consumidor, como los involucrados encargados de cambiar esta tendencia destructora del ambiente.

Pero en la práctica, ¿cuánto se ha avanzado?, ¿cuánto se ha logrado detener o revertir el problema ambiental? Solo para tratar el problema del calentamiento global del planeta desde 1992 se registran reuniones y cumbres mundiales cada año con sede en diversos países, donde se han creado políticas, instrumentos, pero no se ha evidenciado grandes resultados por la falta de acciones concretas. La política e intereses, siempre han estado de por medio. Pero el problema avanza y corresponde a cada uno hacer su parte para contrarrestar dicha situación.

La empresa, al ser uno de los agentes económicos transformadores de recursos para satisfacer las necesidades de la población en general, se convierte en un importante punto de atención ya que al desarrollar su actividad de transformación y comercialización de bienes en la sociedad genera efectos negativos en el ambiente.

Sin embargo, al tratarse de bienes públicos le corresponde al gobierno intervenir y crear las instituciones respectivas que conduzcan a los diversos agentes a tomar decisiones consecuentes con el cuidado ambiental.

El hombre es quien utiliza los recursos naturales directamente o transformándolos. El hombre es quien inventa, desarrolla la ciencia y tecnología, es quien crea infraestructura, es quien es capaz de preservar o también de destruir. Es quien a lo largo de la historia termina creando la empresa, en la cual utiliza diversidad de insumos, tecnología, recursos financieros, pero sobretodo materia prima que proviene de los recursos naturales del planeta, con el fin de satisfacer sus más elementales necesidades.

Sin embargo, antes de generar vida, la está destruyendo; la fuente de vida son los recursos del planeta, pero estos cada vez más desaparecen bajo diversas formas de destrucción que crea el hombre, con el fin de obtener

crecimiento económico y con beneficio para unos pocos.

En dicho sentido de intervención, es importante referir el papel que juega la economía ambiental a través de teorías de sostenibilidad y de responsabilidad social desde un enfoque ambiental. Así surgen las interrogantes: ¿Qué es la economía ambiental?, ¿Qué instrumentos de gestión y regulación presenta para lograr mayor sostenibilidad de los recursos? ¿Cuáles son las externalidades ambientales negativas que genera el sector turístico? y ¿Qué instrumentos de internalización de externalidades ambientales se pueden implementar en Ecuador, al promover el turismo como uno de los medios para el crecimiento y desarrollo?

El objetivo de la investigación se centra en mostrar las relaciones fundamentales entre la economía y el ambiente, las externalidades ambientales negativas generadas por la actividad turística y los instrumentos de intervención de política ambiental para el desarrollo del turismo sostenible en Ecuador.

### Revisión de la literatura

Se debe empezar por definir a la economía, que es la ciencia social que estudia el uso óptimo de los recursos escasos. El cómo y por qué las personas, bien sean consumidores, firmas, organizaciones sin ánimo de lucro o agencias gubernamentales, toman decisiones sobre el uso de recursos valiosos. En economía se analizan las eficiencias económicas, que son mercados en equilibrio y se deja en claro que en dichos equilibrios no se considera el valor de los recursos ambientales, por lo cual, estos son tomados como recursos gratuitos y se terminan sobreexplotando en una sociedad con abundantes necesidades, produciéndose un círculo vicioso que perjudica a todos, creando ineficiencias sociales.

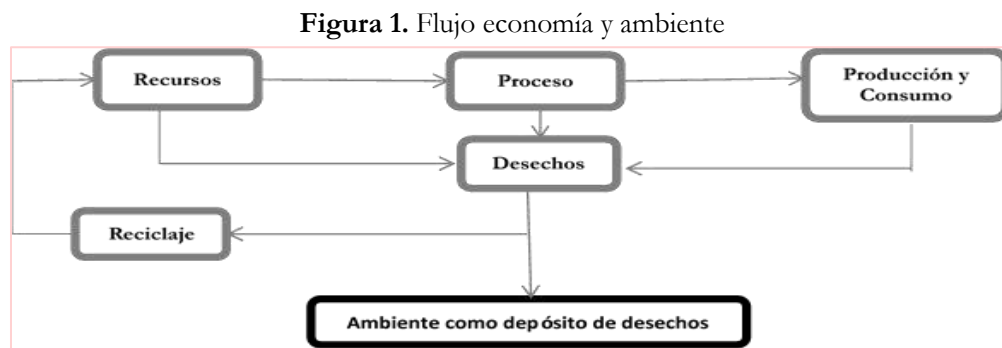
También hay que referir que los recursos naturales son recursos disponibles en el planeta, como: el Clima, el suelo, el agua, la flora, la fauna, la energía, minerales y los residuos.

El hombre está presente tanto en la actividad económica como su principal protagonista y como consumidor de recursos naturales.

### Economía ambiental

Se la define como la aplicación de los principios económicos al estudio de la gestión de los recursos. La economía ambiental trata el estudio de los problemas ambientales con la perspectiva y las herramientas de análisis de la economía (Barry, Field & Azqueta, 1996).

Los diversos agentes toman decisiones que tienen consecuencias ambientales:



La economía ambiental se concentra en cada una de las diversas facetas de la relación que existe entre calidad ambiental y comportamiento económico de los individuos y de los grupos.

Es decir, se concentra en cómo y por qué las personas toman decisiones que tienen consecuencias ambientales. Y cómo se puede actuar a favor del hombre y del ecosistema, normalizando las relaciones producción, consumo y ambiente.

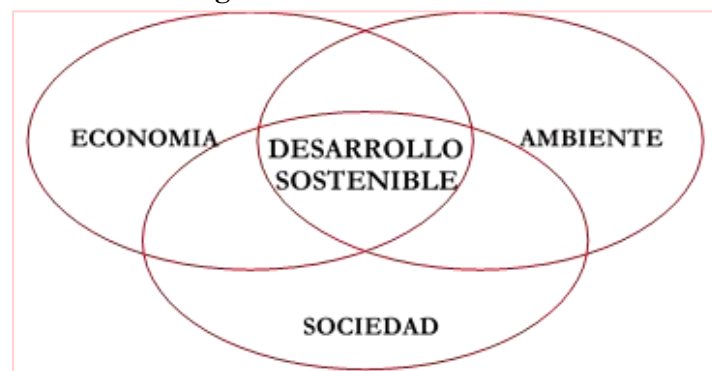
Los recursos ambientales son tomados del medio ambiente, sean estos agua, madera, vegetales, animales, etc., para llevarlos a los procesos de transformación y crear valor económico agregado en dicha operación, se obtiene un producto final, el mismo es distribuido en los mercados y llega a manos de los consumidores, quienes al usarlos generan desechos: Pero no solo es el consumidor quien genera desechos, también se los genera en el proceso de transformación, a dichos desechos se los denomina residuos industriales, pueden ser agrícolas y/o tóxicos dependiendo de la actividad que se esté desarrollando, también al tomar los recursos del ambiente se genera desechos de lo que se daña sin utilizar.

En el mundo muchas personas luchan por modificar sus instituciones políticas y económicas, por desarrollar sus economías y aumentar sus estándares de vida material, pero no se han preocupado de la situación ambiental. La economía ambiental se ocupa de estudiar también las maneras de cómo se pueden cambiar las políticas e instituciones económicas con el propósito de equilibrar un poco más esos impactos ambientales con los deseos humanos y las necesidades del ecosistema en sí mismo.

### **Desarrollo sostenible**

En la complejidad en la que se desarrolla la actividad económica actual, es importante buscar el desarrollo sostenible, donde el ser humano se muestra como el centro de toda actuación, por ende, en la búsqueda de beneficios económicos habrá que encontrar el equilibrio con los intereses de la sociedad y el cuidado del ambiente, garantizando el bienestar común y no solo de un grupo de agentes. En el Informe Brundtland denominado “Nuestro Futuro Común” publicado en 1987, se presenta el concepto de desarrollo sostenible como el desarrollo económico que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de satisfacción de necesidades de las generaciones futuras. El desarrollo sostenible equilibra los objetivos de tres áreas fundamentales: Economía, ambiente y sociedad (ver figura 2). Esta definición sentó las bases para la búsqueda de la equidad intergeneracional.

**Figura 2.** Desarrollo sostenible



**Adaptado de Epstein (2009)**

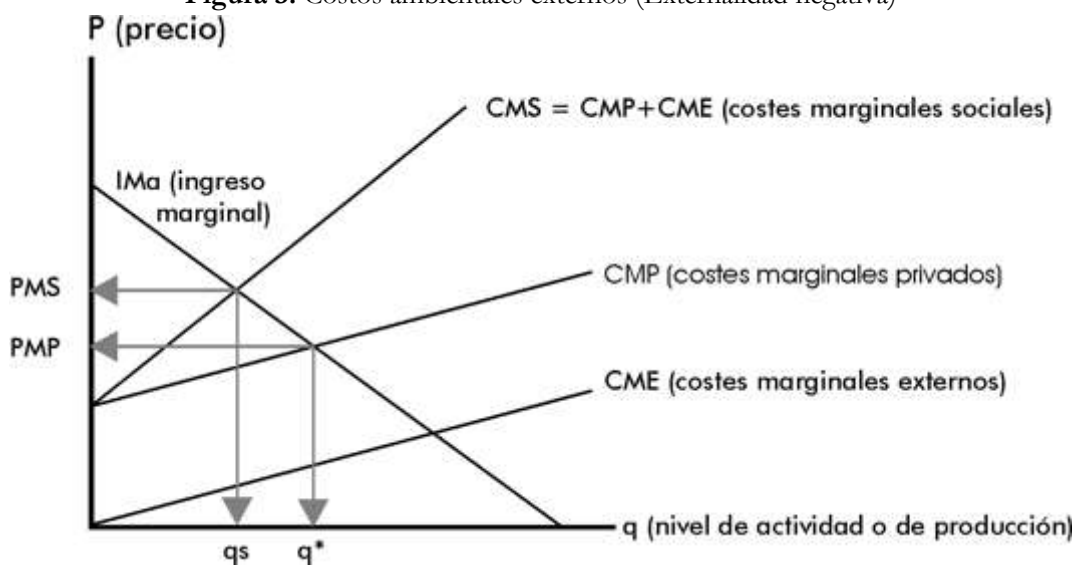
### Externalidad ambiental

En el mercado cuando se inserta el tema ambiental para su análisis, se identifican dos fallas o desequilibrios que se conocen como externalidad negativa y externalidad positiva. La externalidad negativa o costos externos son los efectos ambientales que puede ocasionar una ruptura entre las curvas comunes de oferta del mercado CMP (Costos marginales privados) y las curvas de costos marginales sociales (CMS). La diferencia entre ambas curvas muestra el costo ambiental, el cual no es considerado en los costos privados por parte del empresario. (Ver figura 3). En los procesos de producción se generan costos ambientales cuando se contamina el ambiente y cuando se hace uso inadecuado de los recursos naturales. Por ejemplo, al realizar vertidos a los ríos, emisiones a la atmósfera, depósitos de residuos tóxicos en el suelo, entre otros.

Y aunque representan un costo verdadero para la sociedad, no aparecen en los estados de pérdidas y ganancias de las empresas. Los terceros, la sociedad, son quienes asumen los costos, sin tener que estar involucrada en la actividad empresarial. Aquello, distorsiona el mercado e incentiva al empresario a seguir contaminando vía uso de mayores recursos gratis de la naturaleza para producir más y vender más, a un precio que no considera los costos ambientales, es decir, no representa el verdadero costo de producir determinados bienes. Así, los generadores del daño no pagan por la externalidad negativa que causaron. Aquí los costos son externos para las compañías pero son internos para la sociedad (Azqueta, 2007).

En externalidades negativas corresponde al gobierno, crear los medios para que sea el empresario quien asuma los costos del daño ambiental que produjo.

Figura 3. Costos ambientales externos (Externalidad negativa)



Tomado de Barry, Field y Azqueta (1996).

Por otra parte, se encuentran las externalidades positivas o beneficios ambientales externos que son el resultado de las diferencias entre las demandas del mercado y la disponibilidad social marginal para pagar. Desarrollar ciertos bienes con calidad ambiental, a veces crea la existencia de los denominados viajeros gratis, lo que termina desmotivando al empresario a continuar con su producción con calidad ambiental, porque existirán muchos consumidores que no querrán pagar un alto precio por algo que está ahí gratis para todos. Ejemplo, descontaminar el aire es un beneficio generalizado para todos se pague o no se pague por ello, igual todos los que respiran el aire en ese entorno reciben igual beneficio.



En externalidades ambientales positivas, le corresponde al gobierno crear los medios para que quien reciba los beneficios pague por ellos.

Cabe resaltar, que no son los negocios los únicos responsables de los costos ambientales externos. Las familias, los individuos también contaminan, cuando se deposita basura doméstica sin gestión alguna y se incrementa los costos por manejo de residuos, cuando se fuma, cuando se conduce automóviles que emiten gases contaminantes a la atmósfera, entre otras acciones contaminantes.

Así desde la economía ambiental, a través de una adecuada política ambiental, se busca tomar acciones tendientes a lograr un equilibrio pero con eficiencia social.

### **Desequilibrio ambiental**

Cuando en el medio no se posee suficientes recursos naturales para todos y se toma o explota más de lo que el medio es capaz de producir, entonces el desequilibrio está presente. Así, existe desequilibrio ambiental cuando con la sobre explotación de recursos se ha superado la capacidad del ambiente de auto recuperarse, de renovar sus recursos por sí solo. El ambiente pierde su capacidad de auto renovación. En la antigüedad el elemento natural era capaz de absorber las acciones exteriores perturbadoras (la degradación, los contaminantes), de forma que se mantenía en equilibrio. En la actualidad, diversos factores han causado un incremento de las acciones perturbadoras del ambiente, de tal manera que, el poder auto depurador del mismo ha sido incapaz de compensarlas. Esto es el desequilibrio ambiental.

### **Causas del desequilibrio ambiental**

Entre las causas del desequilibrio ambiental se destacan el crecimiento de la población y la búsqueda del desarrollo económico, el uso irracional de los recursos y el aumento de la contaminación. El desequilibrio así es provocado en primera instancia por el hombre que se encuentra en búsqueda de riqueza, a través del desarrollo de actividades productivas que implican deforestación, sobrepastoreo, sobrepesca, sobreproducción, excesivo consumo, entre otros. El hombre termina generando destrucción y contaminación de la atmósfera, de suelos, agua, aire, acústica, conduciendo al desequilibrio ambiental. Es decir, las actividades productivas no sostenibles del hombre provocan destrucción progresiva de la naturaleza, ocasiona rupturas en los ciclos ecológicos con efectos negativos sobre todos los seres vivos, incluido el hombre.

La causa de la destrucción ambiental establecidas en el informe del Club de Roma de 1972 básicamente son el crecimiento de la población, aumento de la producción (en sus diversas formas; primitiva, tradicional, tecnológica), con la consecuente sobre explotación de recursos naturales, el incremento del consumo y de la producción excesiva de residuos. Ello ha ocurrido porque el ser humano requiere satisfacer sus necesidades básicas, sin embargo, también ha desarrollado la necesidad de acumulación de riquezas. Por otra parte, muestra una conducta con un problema de falta de moral y ética. Pero el factor explicativo de mayor relevancia y sobre el cual se podría actuar es la falta de institucionalidad (Incentivos adecuados) (Azqueta, 2007) y (Azqueta, Alviar, Domínguez & O’Ryan, 2007).

Las personas actúan en función de los incentivos, si se les permite contaminar, entonces contaminarán. Aquello es un problema, más aun cuando se estima que al 2025 la población superará los 8.100 millones de habitantes (Informe de Naciones Unidas, 2013), lo que significará mayor ocupación de espacios, mayor utilización de recursos y sin duda mayor degradación, con todas las consecuencias que ello implica.

### **Instrumentos de Internalización de Externalidades**

Ante la existencia de un problema de institucionalidad. Los instrumentos de internalización de externalidades deben surgir desde una política ambiental planteada desde las autoridades públicas pertinentes, interesadas en intervenir para la consecución del desarrollo sostenible, por tanto, que ejecuta acciones para el cuidado del ambiente. En política ambiental se destacan dos enfoques para internalizar externalidades: Económico y de control y regulación (Stern, Thomas, 2007; Barry, Field & Azqueta, 1996; y Moreno-Sánchez, 2012).

El enfoque económico plantea una corrección de las fallas del mercado desde la intervención con “impuestos pigouvianos” el que contamina paga, Pigou (1920). Mientras que el enfoque de derechos, control y regulación, plantea que las fallas del mercado surgen del problema de la falta de un sistema de derechos de propiedad sobre los bienes ambientales, por tanto no es necesaria la intervención, sino la especificación de los derechos de propiedad para alcanzar la asignación eficiente de los recursos, Ronald Coase (1960) en (Barry, Field & Azqueta, 1996).

Desde la política ambiental se puede hacer uso de una serie de instrumentos para internalizar las externalidades ambientales; éstos pueden ser de varios tipos:

- Instrumentos Económicos Correctores
- Controles Directos o Reglamentaciones
- Formación y Persuasión Moral

#### **Los instrumentos económicos correctores de externalidades son**

- Tributos Ecológicos: Como tasas por unidad de vertido o por emisión; Tasas por servicios prestados; Tasas sobre el producto; Tasas administrativas o Tasas por permisos y licencias; Diferenciaciones Impositivas.
- Ayudas Financieras o Subsidios: Como subvenciones; Ventajas Fiscales; Créditos Blandos.
- Depósitos Reembolsables.
- Los derechos de Contaminación Transferibles (permisos Negociables): Sistema de Compensaciones; Depósitos de Emisión o los Bancos de Polución.

Los instrumentos económicos correctores buscan corregir las externalidades relacionadas con el medio ambiente, son aquellos instrumentos que influyen sobre los costos y beneficios de las diversas opciones entre las que pueden elegir los agentes económicos, incentivando a dirigir o modificar sus acciones en un sentido favorable para el medio ambiente.

Los tributos, se definen como prestaciones pecuniarias que el Estado, u otro ente público; exige al sujeto pasivo en uso del poder que le atribuye el ordenamiento jurídico, y cuyo objetivo es la protección y mejora del medio ambiente. Las ayudas financieras, tienen como objetivo el incentivar a los agentes económicos a modificar sus comportamientos, con el fin de reducir la degradación medioambiental o el financiar las medidas necesarias para ello. Sólo se pueden aplicar en casos específicos, siempre y cuando se cumplan con requisitos: Plan y objetivo de mejora ambiental, tiempo delimitado para su cumplimiento y la actividad debe ser de importancia para la comunidad. Los depósitos reembolsables, son depósitos con derecho a devolución una vez que el agente potencial contaminador cumpla con actuaciones esperadas a favor del ambiente. Son medios motivadores del reciclaje. Ejemplo: los envases retornables.

Los derechos de contaminación transferibles, se trata de cuotas medioambientales o autorizaciones asignadas sobre los niveles de contaminación o de uso del entorno que, una vez fijadas y atribuidas por la autoridad competente, pueden ser negociadas e intercambiadas por sus titulares respetando un marco predeterminado. También se conocen como permisos negociables, certificados de uso del medio ambiente, licencias de emisión de compra y venta.

### **Controles directos o reglamentaciones**

Los controles los establecen las autoridades públicas competentes, las obligaciones y limitaciones que deben cumplir los agentes destinatarios.

#### **Existen de dos Tipos**

- Regulaciones que especifican el uso obligatorio de determinados procesos o procedimiento productivos: De carácter Preventivo y De carácter Represivo
- Estándares de Calidad Ambiental. Establecen límites aceptables para actividades contaminantes: Estándares de Inmisión y Estándares de Emisión.

Las regulaciones de carácter preventivo consideran desde requisitos para la apertura de negocios, pasando por el control de insumos y tecnologías limpias que se deben utilizar en los procesos productivos hasta el ordenamiento territorial. La administración pública obliga a las empresas por ejemplo a utilizar ciertas técnicas o equipos anticontaminantes (filtros en chimeneas para retener las partículas del humo emitido, prohibir a partir de cierta fecha la fabricación de automóviles que admitan la gasolina con plomo, entre otros). Los represivos son castigos y/o multas cuando se incumplen las regulaciones. Y los estándares de calidad ambiental permiten un adecuado control de las diversas formas de contaminación.

#### **Campañas y Formación Moral**

Cuando hay desastres por ejemplo la erupción volcánica del Tungurahua, se puede realizar publicidad o campañas informativas con el fin de intentar cubrir emergencias imprevistas. También puede funcionar para otros problemas ambientales como incendios naturales.

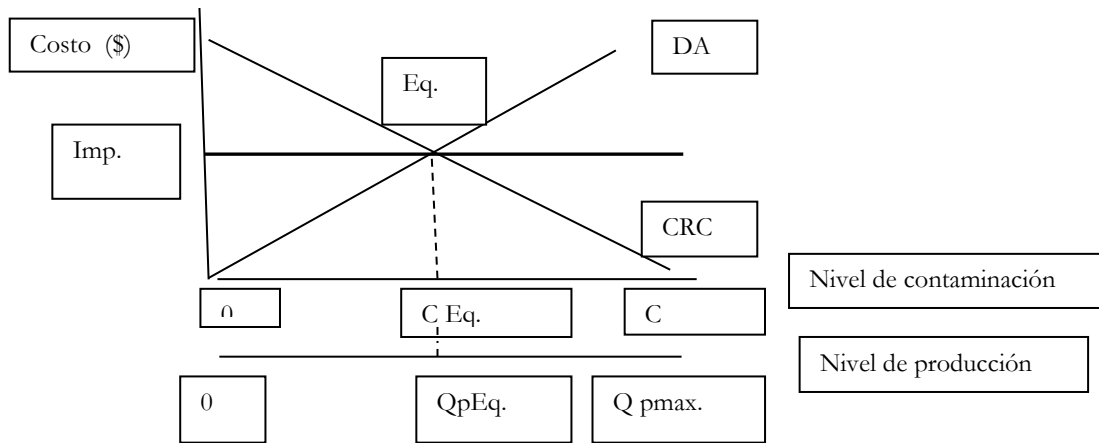
Un segundo aspecto que se trabaja es la educación, indudablemente es el factor más importante y se debe instaurar la educación ambiental desde la infancia, aunque sus efectos se evidencian a mediano y largo plazo. Un tercer aspecto es la disuasión moral, que implica un comportamiento voluntario de normas ambientales por parte del contaminador, su beneficio es la satisfacción del deber cumplido.

La autoridad ambiental puede disponer la combinación de estos instrumentos con la finalidad de disminuir el impacto ambiental. Los programas y políticas varían en su eficiencia y efectividad. Se debe buscar equilibrio entre beneficios y costos de los mismos, eligiendo acciones de alto impacto en la calidad ambiental, reducción máxima de la contaminación y los mínimos costos de ejecución, asegurando los objetivos ambientales que se quiere alcanzar.

Como herramienta para el control de la contaminación se presenta un modelo desarrollado por Barry, Field y Azqueta (1996). El cual muestra un punto de equilibrio en la intersección de la curva de los costos por reducción de la contaminación asumidos por el empresario (CRC) y la curva de costos por daños ambientales que enfrenta la sociedad (D), equilibrio en el que todos ganan (ver figura 4). Para dirigir la actividad económica hacia el equilibrio, se requiere que las autoridades establezcan un impuesto a la actividad contaminante, de tal manera, que garantice el nivel de producción en el punto de equilibrio. Ello requiere de precisión técnica en la valoración de ambas curvas, sea por productos o por sectores productivos donde se produzca la contaminación, con la

finalidad de establecer correctamente el nivel de impuesto. No se puede generalizar la medida, ya que cada sector tiene impactos diferentes en el ambiente.

**Figura 4.** Modelo de control de la contaminación



Adaptado de Barry, Field y Azqueta, (1996).

### Importancia del problema

En el contexto en que se desenvuelve la economía mundial, es menester todas las actividades económicas se desarrollen considerando aspectos ambientales en sus decisiones, es decir, se debe buscar aportar al desarrollo sostenible del país desde cada una de las actividades económicas que se impulsan. En la práctica, poco se evidencia de la sostenibilidad pregonada desde 1987 en todo el mundo. Las acciones concretas no se evidencian. Al parecer se visualiza el desarrollo sostenible como un tópico de novedad a tratar por los sectores públicos, académicos y de producción en general.

Aquello despierta la preocupación de mostrar la relación entre economía y ambiente, la relación entre los diversos sectores económicos y su afectación al ambiente, a partir de ello generar interés en la actuación que contribuya a la minimización del impacto ambiental, a acciones que contribuyan a disminuir el desequilibrio ambiental en el planeta, en este caso desde una actividad puntual que se encuentra como una de las prioridades para promover crecimiento económico y fuente alternativa de ingresos en Ecuador, como es la actividad turística. Es importante recordar que no solo debe importar el desarrollo económico de las naciones, sino que debe ser preocupación también el bienestar social y, para ello, es necesario preocuparse y tomar acciones de cuidado y protección al ambiente.

De seguir latente solo la preocupación y el accionar por crecer económicamente sin fijarse en los objetivos ambientales, no se logrará el desarrollo sostenible en el cual se tiene como centro de toda actuación al hombre, donde su bienestar debe ser el principal objetivo. Con destrucción ambiental no hay bienestar para la sociedad, ni crecimiento económico que se justifique.

De tal manera, el estudio es importante como un medio de concientización y de llamado de atención a todos los actores que desde diversas formas de actuación contribuyen al desequilibrio ambiental y al menor bienestar social, al no considerar las relaciones directas que se tiene con el ambiente en cada decisión en las actividades que emprenden y desarrollan. Así, el estudio es de importancia ya que busca que los diversos actores en la economía y sobre todo en el sector turístico, reconozcan la necesidad de modificar sus comportamientos, sin

que necesariamente llegue la aplicabilidad de instrumentos internalizadores de externalidades ambientales por parte del sector público.

### **Metodología**

El método de investigación empleado es el descriptivo. Se realizó revisión de bibliografía científica respecto al tema planteado. Se detalla impactos que el desarrollo de la actividad turística genera en el ambiente. Se busca que a partir de los resultados, se inicien acciones estratégicas que aporten al desarrollo sostenible y al bienestar a la sociedad involucrada en el sector turístico.

Entre las referencias bibliográficas analizadas se destacan: (Barry, Field y Azqueta, 1999), (Azqueta, 2007), (Díaz, 2008), (FOMÍN-BID 2011), (Harnecker, 2010), (Lozano y Barrera, 2012), (Machinea, 2006), (Uribe, 2015) (Informe del Club de Roma, 1992), (Índice de Desarrollo Humano, 2008), (Informe de Naciones Unidas 2013), (Benbeniste, 2002), (SENPLADES, 2013), entre otros.

Se describe las bases teóricas que evidencian la relación entre economía y ambiente. Se revisó información de tipo secundaria en relación a actividades turísticas y se establece relación entre actividad turística y el ambiente en Ecuador. Se presentan opciones de instrumentos de internalización de externalidades que se podrían implementar para fomentar el desarrollo sostenible en el sector turístico de Ecuador.

### **Resultados y Discusión**

En América Latina, la evidencia muestra constantes desastres ambientales, desigualdad económica y social (IDH, 2008). En Ecuador se viene promoviendo la Transformación Económica Productiva con miras a modificar las formas de dependencia que la economía tiene a lo largo de su historia. El modelo económico para Ecuador en el siglo XXI se presenta en el marco de la nueva Constitución de la República del Ecuador vigente desde el 2008. Se presenta una visión sistémica del desarrollo, donde el principal objetivo es el Buen Vivir. Los principios generales que rigen este desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas: Económicos, políticos, socioculturales y ambientales (Constitución de la República del Ecuador, 2008). En Ecuador se busca fortalecer la productividad sistémica del país (Senplades, 2013).

El socialismo del siglo XXI, destacacomo principal centro de atención del modelo al hombre, se lo considera como ser social y se busca atender sus necesidades e intereses de forma equitativa (Harnecker, 2010; y Díaz, 2008). Para alcanzar un crecimiento sostenido en las economías, se debe impulsar la competitividad auténtica, la cual es “la capacidad de incrementar o al menos de sostener su participación en los mercados internacionales, con un alza simultánea del nivel de vida de la población” (CEPAL, Hounie, et al, 1999). Este enfoque considera lograr un desarrollo sostenible y con equidad.

La economía ecuatoriana en las últimas décadas, se ha caracterizado por presentar un crecimiento inestable. Crecimiento basado en una estructura productiva heterogénea y concentrada mayormente en la producción de bienes primarios. Se destaca la actividad petrolera con las consecuencias que ello implica sobre el ambiente. No se puede dejar de explotar totalmente el petróleo, pero si se puede buscar alternativas que generen nuevas fuentes de ingresos económicos en Ecuador. En el comercio, las exportaciones ecuatorianas de bienes y servicios primarios sobre el total de exportaciones representan el mayor porcentaje (ver tabla1). Y sus mayores ingresos de exportación son producto de la actividad petrolera. Es bajo el nivel de productos manufacturados.

**Tabla1.** Exportaciones de Ecuador por grupos de producto  
(Participación % sobre el total)

Periodo	Petroleras %	No petroleras tradicionales %	No petroleras No tradicionales %
2011	58	20	22
2012	58	19	23
2013	57	21	22
2014	52	24	24
2015	36	34	29
2016 Enero-Julio	31	39	30

**Fuente:** Boletín estadístico mensual del BCE, julio 2016.

En las actividades económicas del grupo de No petroleras No tradicionales, se destaca el desarrollo del sector turístico del Ecuador, como una opción importante para generar ingresos y crecimiento económico en el país. El sector turístico es el tercer aportante de la economía ecuatoriana con un 4% del PIB.

#### **Efectos ambientales por diversas actividades económicas en el Ecuador**

De manera se destacan las variadas afectaciones que las actividades económicas tienen en el ambiente de manera negativa:

- Disminución y agotamiento de reservas, el petróleo es un recurso no renovable. Reservas al 2010 en Ecuador: 6.542 millones de barriles. A julio del 2016: Cerca a los 4.000 millones de barriles.
- Destrucción de la Biodiversidad en América Latina y Ecuador es uno de los países más mega diverso del mundo. Su biodiversidad está siendo afectada por efectos del cambio climático, por alteraciones al hábitat como por ejemplo los incendios, también se ve afectadas por especies invasoras, por sobreexplotación y por contaminación en general (Uribe, 2015).
- Deforestación
- Contaminación atmosférica
- Afectación a las comunidades nativas del sector por el desequilibrio generado.
- Dependencia del petróleo y peligro de la insostenibilidad de la economía dependiente.

Los problemas ambientales han afectado diversas áreas geográficas como son: Los ecosistemas de manglares de la costa ecuatoriana, los bosques de las estribaciones externas de los Andes, la selva amazónica, la región del Archipiélago de Galápagos, el Golfo de Guayaquil, las grandes y medianas ciudades, las zonas agrícolas con importantes problemas erosivos, entre otros.

Existen diversas actividades que son las generadoras de los mayores impactos, entre ellas: Las actividades hidrocarburíferas (exploración producción, transporte e industrialización), las actividades mineras, la pesca, las actividades forestales, la producción agrícola (uso de fertilizantes, fungicidas, pesticidas y químicos en general), las actividades generadoras de desechos peligrosos y tóxicos en las grandes ciudades y en ciertos sectores rurales, las actividades de grandes industrias y el sector transporte público que emanan emisiones a la atmosfera. Sin duda alguna, todas las empresas en el desarrollo de su actividad productiva, generan impactos medioambientales negativos.

Dada su responsabilidad, las empresas tienen la opción de cumplir regulaciones obligatorias o de iniciar procesos voluntarios de gestión ambiental que sobrepasen las exigencias legislativas, a manera de prevención y no solo de corrección de los daños ambientales (Lozano y Barrera, 2012). Procurando así dar respuesta a las exigencias y presiones del entorno en general y del mercado específicamente, para obtener ventajas competitivas de sus acciones a favor del medio ambiente y, por tanto, mayores rendimientos de su actividad productiva. Este mecanismo voluntario, se denomina Sistema de Gestión Medioambiental (SGMA).

Son necesarias medidas que reduzcan el consumo de energía, de agua y de las materias primas, que se desarrolle una gestión correcta de los residuos, de las aguas residuales, de las emisiones a la atmósfera y del ruido. Se debe buscar cumplir con las obligaciones impositivas en materia de medio ambiente. Las empresas al implementar la gestión ambiental en su organización deberán considerar los principios de protección al ambiente como son: Quien contamina paga, necesidad de un desarrollo sostenible, utilización de tecnologías limpias y derecho de que los consumidores tengan acceso a información medioambiental.

En Ecuador son pocas las empresas que han implementado este sistema.

### **Turismo y ambiente en Ecuador**

Se reconoce dos tipos de modalidades de turismo, el de masa y el turismo alternativo. El turismo en masa, es turismo tradicional basado en el desarrollo de actividades de recreación a gran escala ofrecidas por las grandes compañías, menor personalización en el servicio y significan mayor riesgo de afectación al ambiente.

El turismo alternativo está más asociado al turismo comunitario y sostenible, caracterizado por la integración y participación de las poblaciones del lugar donde se realiza la actividad turística. El desarrollo del turismo sostenible permite el progreso de las comunidades de manera armónica con la naturaleza. El desarrollo del turismo en las comunidades locales, según Ruiz, Hernández, Coca, Cantero y Campo (2008, p. 400), "... ha animado crecientemente a buscar modalidades y productos turísticos que encajen en las culturas y en el medio ambiente".

El turismo sostenible es un medio por el cual se puede contribuir a la reducción de la desigualdad económica y mejora de los accesos a los diferentes servicios básicos de las comunidades permitiendo así un pleno desarrollo, considerado este como un equilibrio entre el bienestar económico, social y ambiental.

### **Impactos ambientales de la actividad turística**

Son diversas las actividades relacionadas al desarrollo del sector turístico en Ecuador, tanto tradicional como alternativo y/o comunitario se pueden mencionar el transporte, alojamiento, servicios de alimentación y bebidas, actividades recreativas diversa, culturales, deportivas, históricas, gastronómicas y ecológicas. Sobre todo Las tradicionales formas de hacer turismo en Ecuador reflejan una serie de afectaciones al ambiente, se puede destacar las siguientes:

Ecuador tiene cuatro maravillosas regiones como son la costa, sierra, la Amazonía y la región insular. En cada una de ellas posee recursos naturales y belleza paisajística así como diversidad de cultura que permite el desarrollo del turismo en sus diversas formas.

Entre los impactos ambientales se pueden destacar: Generación de residuos y depósitos al mar, lastre de los

barcos, combustibles y desperdicios, producción de residuos en playas y montañas, visitas excesivas en áreas naturales protegidas, extinción de especies por consumo excesivo de los mismos, deforestación, deterioro de recurso escénico por infraestructuras, afectación en el uso del suelo por construcciones, contaminación del agua, suelos y aire, utilización desmedida de recursos naturales (flora y fauna), uso intensivo del ecosistema, Contacto con etnias modificando sus estilos de vida, su cultura, deterioro del ecosistema, introducción de especies exógenas, alteración de biodiversidad, uso desmedido de recursos marinos.

Como se nota los problemas desde el desarrollo de la actividad turística se evidencian en todas las regiones y la afectación es en todos los recursos, agua, suelo, aire, flora, fauna, entre otros.

### **Gobierno y su intervención para el cuidado ambiental**

El Estado debe trabajar en fortalecer en todo sentido a la sociedad civil y hacerlas partícipes de este proceso de cuidado ambiental y desarrollo sostenible. La motivación no solo debe estar dirigida al agente empresarial. Sino que es importante la acción que se realice, para generar en la sociedad y en los consumidores en general una cultura de responsabilidad, respeto y cuidado ambiental. Manifestada en la selección adecuada en los consumos, en los niveles de demanda y exigencia de calidad en los productos adquiridos, en la toma de decisión en los mercados en relación a precios, entre otros.

Básicamente el papel del sector público debería ser, “por un lado, poner en marcha las medidas necesarias para agilizar el clima de negocios, y, una vez que esto suceda, crear o facilitar los incentivos para un comportamiento responsable, que sea el propio mercado el que exija a las empresas (a través de los consumidores, los financiadores, los empleados y la sociedad civil) ser responsables” (Fomin – BID, 2011 p. 80).

Al respecto, en Latinoamérica se manifiestan interesantes presiones en este sentido “El nivel de expectativas del consumidor sobre el rol de las empresas está aumentando y es más alto en América Latina que en el resto del mundo. La creencia del público en general de que las empresas no están haciendo todo lo que pueden en materia de responsabilidad social estaría llevando a que los consumidores –y particularmente los latinoamericanos– muestren una actitud favorable hacia la intervención gubernamental que obligue a las empresas a actuar con responsabilidad social” (Schwalb, 2011, p. 88).

### **Instrumentos internalizadores de externalidades negativas aplicables a la actividad turística en Ecuador**

Las organizaciones turísticas deben sujetarse a la Constitución y a los diferentes cuerpos legales creados con el propósito de regular toda actividad humana.

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador (2008), en el capítulo cuarto Soberanía Económica, sección primera Sistema económico y política económica en el artículo 283 se manifiesta entre otros aspectos: “El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza (...)”. En el artículo 83 se establece la legalidad de toda actividad humana personal, comercial así como la preservación del medio ambiente.

En la Ley de turismo (2008) se estimula a la creación de nuevos entes turísticos, que su desarrollo considere el no dañar la relación entre los seres humanos y la naturaleza. En el Art. 3 de la Ley del turismo se promueve un turismo alternativo al exponer el en el literal (e) “La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema



y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos” Ley de Turismo (2008, p. 1).

Dada la actividad turística que se desarrolla en Ecuador, Se pueden destacar diversos instrumentos internalizadores de externalidades a aplicar para minimizar impactos ambientales desde el sector turístico, estos pueden ser de tipo económicos, de controles y reglamentaciones y de educación y persuasión moral.

Entre los instrumentos internalizadores de tipo económico se destacan: Tasas por deforestación; Tasas de entradas a áreas protegidas; Tasas por contaminación (aire, agua, suelo); Tasas a insumos o productos contaminantes; Subsidios a negocios de turismo sostenibles; Certificación ambiental y/eco-etiquetados; Derechos de propiedad a comunidades (limita acceso de terceros); Concesiones para uso sostenible de recursos: por ejemplo agua; Créditos blandos para ecoturismo; entre otros.

Entre los instrumentos de control y/o reglamentaciones se destacan: Las Normas sobre utilización de recursos naturales; Normas de restricciones tecnológicas (arte de pesca); Normas de planificación y ordenación de territorios; Multas por incumplimiento de normas; Estándares sobre productos y servicios; y Límites a emisiones, efluentes, residuos.

Finalmente, se puede ahondar esfuerzos y recursos en la educación ambiental y desarrollo de persuasión moral a través de mayores campañas publicitarias sobre turismo sostenible; Educación ambiental a diversos niveles (práctica concreta de reducción de producción de residuos entre otros problemas ambientales); y, Programas culturales tendientes a generar una mayor conciencia sobre el cuidado del ambiente.

### **Medios esenciales para el desarrollo sostenible**

Es fundamental para que los instrumentos que se implementen tengan efectividad, desarrollar los siguientes medios: Información para la toma de decisiones. Base de datos oficial sobre el ambiente; mecanismos nacionales y cooperación internacional para el crecimiento sostenible; tecnología ambiental (moderna, limpia); instrumentos legales (Incentivos); y acuerdos institucionales internacionales (para obtener recursos).

Es imperativo diseñar políticas ambientales que:

- Implique el diseño de instrumentos de internalización de externalidades ambientales, de forma específica para cada problema en el que se plantee intervenir.
- Consideren la aplicación de incentivos (positivos y/o negativos) a las empresas para que gestionen con responsabilidad social ambiental sus negocios.
- Crean acciones que involucren a la sociedad en general, no solo a las empresas.
- Así, de forma paralela, es fundamental que se trabaje en el ámbito de la educación ambiental como uno de los medios más idóneos de crear conciencia ante esta problemática.

### **Conclusión**

Es indudable la relación que existe entre economía y ambiente. Cuando se produce para tener desarrollo económico se termina afectando al ambiente, por lo que es imprescindible trabajar en la consecución del desarrollo sostenible. No se puede dejar de producir. Lo que se requiere es buscar el equilibrio entre la producción y el ambiente. La cero contaminación es utopía.

Es evidente la diversidad de problemas ambientales que afectan al planeta, entre ellos se encuentra: El calentamiento global de la tierra y la destrucción de la capa de ozono, la deforestación y la erosión, la pérdida de la biodiversidad y recursos genéticos, la desordenada e irracional explotación de los recursos naturales, la

creciente contaminación del agua, del suelo y del aire, el deficiente manejo de los desechos, el deterioro de las condiciones ambientales urbanas, los problemas de salud por contaminación, la desertificación y el agravamiento del fenómeno de las sequías, entre otros.

Se destacan entre las principales causas de la afectación ambiental el crecimiento de la población, hacia 1850 había 1.1 miles de millones de personas, al 2013 eran 7.2 miles de millones de habitantes y se proyecta al 2025 más de 8.1 miles de millones de habitantes. Ello implica mayor consumo de recursos, mayor producción y mayor contaminación ambiental.

En el desarrollo del sector turístico como medio diferente al tradicional de generar recursos en la economía, trae como consecuencias afectaciones negativas al medio ambiente. Se destacan afectaciones al agua, al suelo, a la flora, a la fauna. Sin embargo, una de las mayores afectaciones a destacar es la intromisión en las culturas nativas, en la cual el desarrollo de mercados modifica sus formas de vida de equilibrio con el ambiente, sus costumbres, su cultura en general, perdiéndose en sí, de no tomar precauciones pertinentes, la riqueza misma del turismo en las comunidades. El desarrollo del ser humano con un enfoque económico y poco social, sin considerar la sostenibilidad ambiental, está detrás de resultado de desequilibrio.

El hombre actúa degradando al medio ambiente, por la forma cómo está organizado el sistema económico y cómo están sus instituciones bajo las cuales rigen su vida y que les permite dicha degradación ambiental. Es decir, tienen incentivos para contaminar, por ejemplo se les permite dejar las basuras en las calles por ello lo hacen. Por ende, las correcciones deberían venir por el lado de los incentivos que modifique la conducta.

Incentivos, son formas de hacer que las personas cambien sus acciones a unas que sean positivas para con el medio ambiente.

La falta de actuación en la generación de instituciones adecuadas, que creen incentivos tendientes a tomar decisiones respetuosas con el ambiente, se considera la causa sobre la que hay que actuar para modificar conductas a favor del ambiente.

En tal sentido, es fundamental el papel del gobierno para desarrollar e implementar instrumentos internalizadores de externalidades apropiados a cada caso en las actividades del sector turístico, de forma técnica, con viabilidad económica, política y social. Los instrumentos van desde lo económico, pasando por la educación y el control y reglamentación.

Finalmente, se destaca la necesidad de destinar recursos para generar información que sirva de base para la toma de decisiones en el ámbito ambiental.

### **Referencias bibliográficas**

- Azqueta, D. (2007). Introducción a la Economía Ambiental. Mc Graw Hill. Madrid, España.
- Azqueta, D., M. Alviar, L. Domínguez y R. O’Ryan (2007). Introducción a la economía ambiental. Madrid: McGraw-Hill / Interamericana de España.
- Banco Central del Ecuador, (2016). Boletín estadístico mensual, Julio.
- Barry, Field y Azqueta (1996). Enciclopedia: Economía y Medio Ambiente. Mc Graw Hill, Colombia.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. (Segunda Edición). Colombia: Pearson Educación.

Constitución de la República del Ecuador (2008).

Díaz, J. (2008). ¿Hacia dónde vamos? La economía política mundial contemporánea y la coyuntura ecuatoriana. Segunda Edición. Facultad de Ciencias Económicas-Universidad de Guayaquil.

FOMÍN-BID. (2011). La Responsabilidad social de la Empresa en América Latina. Manual de gestión. FOMIN-BID (Fondo Multilateral de Inversiones-Miembro del grupo BID), Computere. Mayo. Editores: Antonio Vives y Estrella Peinado - Vara.

Harnecker, M. (2010) América Latina y el socialismo del siglo XXI. Inventario para no errar. Febrero.

Hounie, A., Pittaluga, L. Porcile, G. y Scatolin, F. (1999). La CEPAL y las nuevas teorías de crecimiento. Revista de la CEPAL. N. 68., p. 19. Agosto.

Informe del Club de Roma (1972). Los límites del crecimiento.

Informe sobre Desarrollo Humano (IDH) (2008). La Lucha contra el cambio climático. Solidaridad frente a un mundo dividido. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Informe de Naciones Unidas, (2013). Perspectivas de la población mundial: Examen de 2012. Junio.

Ley de Turismo del Ecuador, (2008).

Lozano, R. y Barrera, E. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. Pearson Educación. Primera Edición.

Machinea, J. (2006). Crecimiento, Competitividad e Innovación en América Latina y el Caribe; Naciones Unidas, CEPAL; Buenos Aires; Mayo.

Moreno-Sánchez, R. (2012). Incentivos económicos para la conservación, Un marco conceptual. Primera edición Lima, diciembre. USAID. ICAA.

Ruiz, E; Hernández, M; Coca, A; Cantero, P. y Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-basedtourism desde la comunidad. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 6, núm.3, pp. 399-418. Universidad Pablo de Olavide. España.

SENPLADES. (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017.

Sterner, Thomas (2007). Instrumentos de política económica para el manejo del ambiente y los recursos naturales. Turrialba, C. R.: CATIE.

Uribe, B. (2015). El cambio climático y sus efectos en la biodiversidad en América Latina. CEPAL-Unidad de Cambio Climático de la División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Diciembre. Naciones Unidas, Santiago.

# Plan para la expansión de actividades dentro del mercado de turismo emisor

## Estudio de caso en Guayaquil

**Mgs. Erwin Guillén Franco**

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  
eguillen@gcasite.com

**Ph. D. Marlene Mendoza Macías**

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  
edmaryluz@gmail.com

**Ing. Gema Henríquez Zambrano**

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  
ghenriquez@ghz-solutions.net

### Resumen

El sector turístico de Ecuador representa una alternativa en la economía para mejorar los estándares de vida. El objetivo del estudio es elaborar un plan que permita a las empresas turísticas no sólo explotar el turismo receptivo, sino expandirse al turismo emisor. Como metodología se realizó un estudio del caso de una agencia de viajes en Guayaquil, ello implicó diagnóstico integral, estudio de mercado, planteamiento de estrategias sobre la base de las prioridades, habilidades distintivas y ventajas identificadas en el entorno externo; para esto se trabajó con información primaria. Se concluyó que las empresas turísticas deben trabajar estratégicamente en generar ventajas competitivas debido a que en este sector se considera que la diferenciación es más efectiva que la estrategia de costos. Es necesario el equilibrio entre diferenciación con precios moderados y costos aceptables, en conjunto con el uso de herramientas tecnológicas. Adicionalmente, se debe generar información veraz para una adecuada toma de decisiones. La satisfacción al cliente es prioridad en el turismo, la transparencia y objetividad de la información brindada, la claridad de la oferta y su cumplimiento es imprescindible. La evaluación económica y financiera de la propuesta de expansión resulta viable, significando aquellos mayores beneficios a la población involucrada.

**Palabras clave:** turismo, turismo emisor, turismo receptivo, estrategias, plan

### Abstract

The Ecuador's tourism industry represents an alternative in the economy to improve living standards. The aim of this study is to purpose the development of a plan that allows tourist companies not only to exploit inbound tourism, but to expand to outbound tourism. As a methodology, a case study of a travel agency in Guayaquil was carried out. This involved an integral diagnosis, a market study, strategies based on the priorities, distinctive skills and advantages identified in the external environment; primary information was used for it. It was concluded that tourist companies should work strategically to develop competitive advantages because in this sector differentiation is considered more effective than the cost strategy. A balance between differentiation with moderate prices and acceptable costs is needed, in conjunction with the use of technological tools. In addition, truthful information must be generated for proper decision-making. Customer satisfaction is a priority in tourism, the transparency and objectivity of the information provided, the clarity of the offer and its fulfillment is essential. The results gained through the economic and financial evaluation of this proposal were viable, meaning greater benefits to the population involved.

**Keywords:** tourism, inbound tourism, outbound tourism, strategies, plans.

## Introducción

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define la naturaleza de la actividad turística como el resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores; es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. Los cuatro elementos básicos que se distinguen en la actividad turística son la demanda, oferta, espacio geográfico y los operadores de mercado; que son las agencias de viajes, compañías de transporte, organismos públicos y privados que facilitan la interacción entre la oferta y demanda (Sancho & Buhalis, 1998).

El objetivo del estudio es elaborar un plan que permita a las empresas turísticas de Ecuador no sólo explotar el turismo receptivo, sino expandirse al turismo emisor para ello se debe considerar las tres formas fundamentales de turismo con relación a un país dado que son el turismo interno, turismo receptivo y turismo emisor. Se considera como interno al turismo de los visitantes residentes que viajan dentro del territorio del país de referencia, el receptivo es el que realizan los no residentes que provienen del extranjero y el emisor es el de los residentes del país en referencia que viajan a otros países. Estas formas se combinan de diversas maneras para dar lugar a otras categorías como el turismo interior, que es la combinación del turismo interior y el receptivo; el turismo nacional, que lo conforma el interno y el emisor; y el turismo internacional, que engloba el emisor y receptivo (Guerrero & Ramos, 2014).

Según la OMT, los tipos de agencias de viajes son las mayoristas, que diseñan sus propios paquetes turísticos con los servicios de transporte, alojamiento y servicios complementarios incluidos; y las minoristas, que son aquellas que comercializan los servicios diseñados por las mayoristas a los turistas, más no pueden hacerlo con otras agencias (Sancho, 1998).

Por otro lado, el Ministerio de Turismo del Ecuador (Mintur) clasifica a las agencias de viajes en razón del ámbito y extensión de sus actividades, denominándolas mayoristas, internacionales, operadoras y duales. Se considera como mayoristas a aquellas que diseñan los paquetes turísticos para comercializarlos a otras agencias de viajes y no al público en general. Las internacionales son las que ofertan servicios turísticos a destinos fuera de Ecuador; mientras que los servicios que ofrecen las operadoras son nacionales. Las duales son las que tienen las funciones de internacionales y operadoras simultáneamente.

En el informe El Panorama del Turismo Internacional Edición 2016, publicado por la OMT, se indica que durante las seis últimas décadas, el turismo se ha expandido y diversificado, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento del mundo, por lo que se lo considera como clave para el desarrollo, prosperidad y bienestar. El turismo internacional generó ingresos de 1,260,000 millones de dólares, lo que representa el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, posicionándose en el tercer puesto como categoría mundial de exportación, después de los combustibles y productos químicos (OMT, 2017).

En 2015, según el mismo informe, el número de visitantes que pernoctan incrementó un 4.6%, a pesar de que los flujos turísticos se vieron afectados por las fluctuaciones de los tipos de cambio, la bajada de precio del petróleo y la preocupación por la seguridad a escala mundial. El 53% de los turistas indicaron que viajaban por vacaciones, esparcimiento u otras formas de ocio. El ranking de los cinco principales destinos turísticos del mundo, determinados por las llegadas de turistas internacionales son: Francia, Estados Unidos, España, China e Italia; y los que tienen más ingresos por turismo internacional son los mismos destinos, pero ocupan diferentes lugares en el ranking. Estados Unidos ocupa el primer lugar en ingresos con 140,000 millones de dólares, luego está China, España, Francia y Reino Unido (OMT, 2017).

De acuerdo a la OMT (2017):

El número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo crecerá un promedio del 3.3% al año durante el periodo comprendido entre 2010 y 2030. Con el tiempo, la tasa de crecimiento irá disminuyendo paulatinamente del 3.8% en 2012 al 2.9% en 2030, pero sobre la base de unas cifras cada vez mayores se estima que las llegadas de turistas internacionales en el mundo superarán la cifra de 1,400 millones en 2020 y 1,800 millones en 2030 (p. 14).

De acuerdo al último boletín mensual 2015-2016, publicado por la Coordinación General de Estadística e Investigación del Mintur en Ecuador, en 2015 el ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la balanza de pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 1,557.4 millones de dólares; valor que, al compararlo con los ingresos obtenidos por exportaciones de los principales productos, posiciona al turismo en el tercer lugar en las exportaciones no petroleras, después del banano y camarón. Por lo que el potencial de crecimiento económico del país en este mercado, permite identificar una oportunidad de inversión en los servicios turísticos. Respecto al peso del consumo turístico en el Producto Interno Bruto (PIB), el que representa al consumo turístico receptor fue 1.6%, el del emisor fue 1.0% y la participación del consumo turístico emisor sobre la importación de servicios realizada por Ecuador es igual a 31.1%, lo cual demuestra la importancia que tiene el turismo en la salida de divisas asociadas con el comercio internacional de servicios (Mintur, 2016).

En cuanto a la importancia del desarrollo del estudio, esta incide en la generación de información que pueda ser aplicada en empresas de turismo, por lo que se pretende que se convierta en instrumento de consulta para aportar en la toma de decisiones, acciones de planificación e inversión; lo cual se requiere para que las empresas turísticas expandan sus actividades económicas no sólo en el mercado de turismo receptivo sino también en el emisor. Así se lograría contribuir con crecimiento económico que beneficie al sector turístico y al país, mediante el desarrollo estratégico de las empresas turísticas, logrando que se promuevan ventajas competitivas y herramientas tecnológicas.

Caiza y Molina (2012) describen a Ecuador como un país de contrastes porque es uno de los 17 países más diversos del mundo y tiene mayor cantidad de flora y fauna por kilómetro cuadrado; considerando que por las nacionalidades y pueblos que lo habitan, su marca turística ha tomado fuerza por su diversidad, y se la oferta con el slogan “Ama la vida”.

Como metodología se realizó el estudio del caso de la empresa de turismo M&P Tours S.A., la cual es una agencia de viajes ubicada en Guayaquil. Nació como una idea de negocio con el objetivo de ofrecer paquetes turísticos personalizados a los extranjeros que visitan Ecuador, razón por la que su actual nombre comercial es “My trip to Ecuador”. Esta empresa oferta viajes en los que los turistas interactúan con la naturaleza, personas locales del destino donde se desarrollan los *tour*s, para dar a conocer más sobre Ecuador, sus habitantes, costumbres, mientras se relajan y se divierten. Su enfoque está en el mercado de turismo receptivo, pero se propone un plan para que expanda sus actividades y pueda satisfacer la demanda del turismo emisoro también.

Al observar la falta de participación de la empresa en mención en el mercado de turismo emisoro cabe preguntarse ¿La expansión de las actividades de la empresa en el turismo emisoro resultaría factible económicamente?, por lo que valdría la pena analizar si su expansión significaría la obtención de beneficios económicos para la empresa. Esta elucubración se fundamenta en el incremento de salidas de ecuatorianos al exterior y debido a que una de las Jefaturas de Migración en la que se reportan en mayor número es en el

Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo de Guayaquil, lo cual es favorable para que la empresa extienda sus actividades en el mercado de turismo emisor.

Considerando lo antes expuesto, en conjunto con la necesidad de contar con información veraz para una adecuada toma de decisiones; en este caso, el análisis sobre la factibilidad económica que debe tener el plan propuesto para ser aplicado en la empresa, involucra la realización de un diagnóstico integral, estudio de mercado y planteamiento de estrategias para desarrollar ventajas competitivas. Ello implica un diseño de investigación con enfoque mixto y de tipo exploratorio-descriptivo.

En relación al estudio, se considera a González y Pinela (2000) quienes analizaron el mercado de turismo emisor y su relación entre las agencias de viajes mayoristas e internacionales en la ciudad de Guayaquil, con el propósito de documentar la forma de comercializar el turismo emisor en la ciudad. Por otro lado, respecto al uso de herramientas tecnológicas para la comercialización de servicios turísticos, se considera a Flores (2012) que en base al estudio del caso de Metropolitan Touring, una agencia de viajes internacional en Quito, plantea la propuesta de un modelo integral de marketing digital aplicado a las empresas de turismo en el distrito metropolitano de Quito. También se revisó a Suárez (2015) quien propone un plan de negocio para la creación de una agencia de viajes online para turismo emisor en la misma ciudad. Por último, se considera a Murriaguí (2014) quien desarrolla el análisis financiero de la administración del capital de trabajo de Metroagencia C.A., empresa especializada en turismo emisor y cuyo origen proviene de la marca de Metropolitan Touring, para realizar recomendaciones que permitan mejorar su administración.

### **Metodología**

El tipo de investigación es de carácter predominantemente exploratorio-descriptivo. Se usaron técnicas de información primaria: la entrevista, que es un método cualitativo; y la encuesta, que es cuantitativo. En el abordaje cualitativo se realizaron entrevistas, en julio de 2015, a representantes de agencias de viajes duales ubicadas en Guayaquil: Dillontur S.A. (Gerente de ventas), DITravel (Ejecutivo de ventas); BM Tours (Gerente general); Carapacho Tours (Gerente general) y Platinum Travel Agency (Jefe de servicios al cliente y ventas). La obtención de datos se realiza mediante la aplicación de un cuestionario adaptado al sector turístico de Ecuador.

El cuestionario integra las siguientes preguntas:

1. ¿Las actividades económicas de la empresa están enfocadas en el turismo emisor o receptor y por qué?
2. ¿Cuál es la estrategia de captación de clientes que utiliza y esta difiere de la que usaba al iniciar su empresa?
3. En su experiencia, ¿Considera que los ecuatorianos que realizan viajes al exterior prefieren hacerlo por su cuenta o por medio de la gestión de una agencia de viajes?, ¿A qué se debe esta preferencia? Y ¿qué consideran prioridad, el precio o la calidad de atención?
4. ¿Cuál considera que es el motivo por el que sus principales clientes prefieren su agencia?
5. ¿Cuál es su mejor estrategia de marketing y por qué?
6. ¿Utiliza alguna herramienta tecnológica para la promoción y comercialización de sus servicios?, ¿Cuál y por qué la usa?
7. En base a su experiencia, considerando el turismo emisor y receptor ¿Cuál genera mayores beneficios económicos a la empresa y por qué?
8. ¿Cuáles son los meses del año en los que la empresa percibe sus mayores y menores volúmenes de ventas?
9. ¿Cuáles son los destinos más solicitados para realizar viajes al exterior y dentro de Ecuador? Y ¿cuál es el período del año en que se comercializan en mayor cantidad?
10. Respecto a los servicios que incluyen los paquetes turísticos, ¿qué diferencias existen si están enfocados al

turismo emisor o al receptor?

11. ¿La empresa aplica alguna política para los clientes respecto a formas de pago de paquetes turísticos, boletos aéreos, reservaciones, abonos o devoluciones? Y ¿tienen alguna política para ofrecer descuentos a los clientes por pronto pago, en efectivo o con tarjetas de crédito?

12. ¿Existen limitaciones para las agencias ecuatorianas que desean comercializar servicios turísticos o boletos aéreos para viajar al extranjero?

13. ¿Cuentan con una mayorista de turismo nacional o internacional como proveedor? y ¿cuáles son sus proveedores para adquirir servicios de hotelería, restaurantes, transportación y seguros de viaje?

14. ¿Cuál es su perspectiva y opinión en relación al desarrollo del turismo en Ecuador?

El abordaje cuantitativo se realizó a través de una encuesta (n=452), por medio de un muestreo por conveniencia abordando ecuatorianos en el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo de Guayaquil, en el centro de la ciudad y en los lugares de mayor atracción turística durante el mes de agosto de 2015. Se intentó evitar el enviamiento de la muestra con el abordaje asertivo de las personas que fueron identificadas como ecuatorianos residentes en Guayaquil que realizan viajes al extranjero o que estarían interesados en realizarlo porque tendrían la capacidad de pago para hacerlo, por medio de la metodología de muestreo por conglomerados, lo cual se acerca a una muestra aleatoria.

Para la recolección de datos se incluyen las siguientes preguntas en las encuestas, se detalla entre paréntesis las opciones de respuesta que se incluyeron).

1. Datos del encuestado: edad, sexo, ciudad de residencia y situación laboral.

2. ¿Cuántas veces ha viajado fuera del país en el último año?

3. ¿Dónde prefiere o preferiría comprar sus boletos de avión? (agencias de viajes, sitios web de las aerolíneas, aeropuerto).

4. ¿En qué ocasiones viaja? (feriados, vacaciones estudiantiles, fines de semana, vacaciones laborales, otras).

5. ¿En compañía de quién realiza sus viajes? (familiares, amigos, pareja, compañeros de trabajo, nadie).

6. ¿Cuál fue el destino de su último viaje?

7. ¿Cuál es el destino de su mayor interés?

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar aproximadamente por un paquete turístico hacia su destino de mayor interés?

9. ¿Prefiere que los paquetes turísticos incluyan los valores de los boletos de avión?

10. ¿Por cuáles medios le gustaría recibir información sobre promociones de paquetes turísticos?

Se decidió aplicar este tipo de investigación porque es indispensable conocer las prioridades a considerar para que una empresa pueda desarrollarse de manera satisfactoria en el mercado de turismo emisor, al igual que el comportamiento, hábitos de consumo de servicios turísticos y preferencias del público objetivo.

## Resultados

Analizando el turismo receptor en Ecuador, la llegada de extranjeros al país ha incrementado año a año desde 2010; pero, según el último anuario publicado por el Mintur sobre estadísticas turísticas (Boletín de Estadísticas Turísticas 2011-2015), se registraron 1,544,463 llegadas de extranjeros en 2015, lo cual representa un decrecimiento del 0.8% en relación al año anterior; siendo Colombia, Estados Unidos y Perú los principales mercados emisores con el mayor número de llegadas al país, considerando la participación relativa del 22.5%, 17% y 10.7% en su orden. El 94.4% de las llegadas se reportaron en las Jefaturas de Migración ubicadas en Quito (701,590) y Guayaquil (323,268), donde se realiza el control por vía aérea; y por vía terrestre, en Tulcán



(236,188) y Huaquillas (186,294). El 72% de los extranjeros que viajaron a Ecuador lo hicieron por turismo; 51% de los que llegaron son categorizados como personas económicamente activas. Con respecto a la edad de los visitantes, el 43.1% declararon edades entre 20 a 39 años; y en cuanto al sexo, el 57.5% corresponde al masculino (Riofrío, 2017).

En 2016, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), las llegadas de extranjeros a Ecuador decrecieron en un 8.1% respecto al 2015; siendo los meses de mayor afluencia en promedio desde 2010, julio, enero y diciembre; y los de menor, septiembre, abril y mayo (INEC, 2017).

Respecto al turismo emisor, la salida de ecuatorianos al exterior desde 2013 ha incrementado año a año. En 2015 se reportaron 1,398,167 salidas de ecuatorianos al exterior y el 79% de ellos viajaron a través de las Jefaturas de Migración ubicadas en Quito (553,810) y Guayaquil (543,542) para el tránsito aéreo; y en Huaquillas (166,366) y Tulcán (54,895) para el terrestre. Los países que acogen al mayor número de ecuatorianos son Estados Unidos, que recibió al 39.1% de ecuatorianos; Perú al 17.7%; Colombia al 9.9%; España al 7.9%; y Panamá al 5.5%. El 73.1% de los ecuatorianos viajaron por turismo; el 53.5% corresponde al grupo de personas económicamente activas. En cuanto a los grupos de edad, el 41.1% declararon edades entre 20 a 39 años; y en referencia al sexo, el 50.2% corresponde al femenino y 49.8% al masculino (Riofrío, 2017).

En 2016, las salidas de ecuatorianos al exterior aumentaron en un 10.9% en relación a 2015. Los meses en los que se han registrado un mayor número de salidas, en promedio desde 2010, son agosto y septiembre; pero los meses con menos de salidas al extranjero son junio y enero (INEC, 2017).

**Tabla 1.** Llegadas de extranjeros a Ecuador

Mes	Año							Promedio
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
<b>Enero</b>	96,109	105,548	127,116	130,843	152,576	169,503	145,176	132,410
<b>Febrero</b>	89,924	86,421	99,521	103,761	124,584	119,739	117,990	105,991
<b>Marzo</b>	82,452	87,495	96,948	113,359	114,007	127,110	121,531	106,129
<b>Abril</b>	70,540	87,507	92,627	87,486	118,614	111,446	92,968	94,455
<b>Mayo</b>	77,618	82,870	92,644	98,414	111,177	112,380	96,708	95,973
<b>Junio</b>	91,602	99,949	118,292	121,742	129,062	132,049	118,201	115,842
<b>Julio</b>	110,545	117,966	130,779	138,138	154,229	154,592	143,762	135,716
<b>Agosto</b>	95,219	98,962	106,375	112,569	131,694	129,985	119,059	113,409
<b>Septiembre</b>	71,776	80,090	85,990	97,374	112,767	109,454	98,733	93,741
<b>Octubre</b>	83,701	88,357	99,145	111,517	124,456	117,527	121,028	106,533
<b>Noviembre</b>	81,253	92,573	99,674	112,056	127,562	121,636	111,086	106,549
<b>Diciembre</b>	96,359	113,299	122,790	136,798	156,278	139,042	131,917	128,069
<b>Total</b>	1,047,098	1,141,037	1,271,901	1,364,057	1,557,006	1,544,463	1,418,159	1,334,817

**Nota:** Tomado del Anuario de Migración Internacional – INEC (2017).

Debido al mencionado incremento del turismo emisor, a la disminución del turismo receptor en el país y en vista de que los meses en los que se registran más llegadas de extranjeros al país no son los mismos en los que se reportan más salidas de ecuatorianos al exterior, se considera que las agencias de viajes en Guayaquil que dirigen sus servicios al mercado de turismo receptor deberían expandirse al turismo emisor para generar mayores ingresos económicos no sólo al sector turístico sino también al país.

**Tabla 2.** Salidas de ecuatorianos al exterior

Mes	Año							Promedio
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
<b>Enero</b>	71,172	69,601	77,532	78,876	88,442	91,452	101,939	82,716
<b>Febrero</b>	74,436	68,524	90,608	94,478	86,747	106,416	126,587	92,542
<b>Marzo</b>	81,686	89,613	91,453	98,291	121,351	117,391	141,012	105,828
<b>Abril</b>	72,231	80,856	80,966	90,355	109,763	120,519	125,998	97,241
<b>Mayo</b>	70,330	79,986	81,047	89,101	98,417	104,873	112,285	90,863
<b>Junio</b>	61,070	70,876	66,422	75,963	87,228	89,107	95,497	78,023
<b>Julio</b>	80,855	99,145	94,567	102,345	113,543	121,917	139,101	107,353
<b>Agosto</b>	96,675	117,569	113,567	126,378	141,945	157,240	179,538	133,273
<b>Septiembre</b>	78,575	95,658	88,803	103,561	118,195	128,194	141,659	107,806
<b>Octubre</b>	79,108	90,301	84,368	102,160	115,597	139,297	140,481	107,330
<b>Noviembre</b>	70,227	91,092	83,399	91,549	99,539	113,012	131,346	97,166
<b>Diciembre</b>	62,520	69,230	69,473	84,818	97,569	108,749	115,455	86,831
<b>Total</b>	898,885	1,022,451	1,022,205	1,137,875	1,278,336	1,398,167	1,550,898	1,186,974

**Nota:** Tomado del Anuarios de Migración Internacional – INEC (2017).

A continuación se presentan los resultados del estudio de mercado a partir de ello se propone una estrategia de acción para migrar del turismo receptivo al emisor. Mediante el desarrollo del diagnóstico integral, se conoce que los principales clientes de la empresa de turismo M&P Tours S.A. son turistas que visitan Ecuador por primera vez, la mayoría son personas entre 50 y 70 años de edad, retirados, que se dedican a viajar por todo el mundo. La propuesta de valor que se ofrece a los clientes son paquetes personalizados, ajustados las necesidades de los turistas. La captación de clientes se realiza por medio de la página web de la empresa ([www.mytriptoecuador.net](http://www.mytriptoecuador.net)); y por el sitio web de TripAdvisor ([www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com)), que es la comunidad de viajes más grande del mundo y que le ha otorgado a la empresa objeto de este estudio una certificación por su excelencia en calidad de servicio. El recurso clave es el personal capacitado que contacta a los clientes y les otorga la asesoría oportuna para armar el paquete turístico de acuerdo a sus necesidades. También el guía turístico, quien es el que se encarga de animar a los turistas, impartir la información sobre los lugares que visitan y animarlos para que su visita al país sea una experiencia única e inolvidable; en la que tienen la oportunidad de interactuar con la naturaleza y pobladores. Las actividades claves son los itinerarios que forman parte de los paquetes turísticos, son adaptados a los requerimientos de los turistas, por lo que son bastantes flexibles, según las exigencias de cada grupo. Existen asociaciones claves con otras operadoras turísticas; en Cuenca con Cabila Travel Club y en Baños con Team Adventure. También con los hoteles Wyndham, Oro Verde, Palace, Man Ging y Vansertrans S.A., para servicios de alquiler de furgonetas o buses.

Es necesario incluir el Análisis FODA de la empresa en el diagnóstico integral. En este caso se determina que la principal fortaleza es su excelencia en calidad de servicio, certificada por TripAdvisor; además cuenta con la oportunidad de recibir incentivos de agencias mayoristas, como viajes familiares y bonos por ventas de paquetes turísticos y aprovechar las campañas publicitarias gubernamentales que incentivan el turismo. Por otro lado, tiene como debilidades la falta de estrategias publicitarias, herramientas tecnológicas y variedad de canales de venta; y como amenazas, la alta competencia posicionada en el mercado y la posibilidad de aparición de nuevos

competidores.

Después del desarrollo del diagnóstico integral se procede con el estudio de mercado, para lo cual se desarrollan entrevistas y encuestas. Gracias a los resultados de entrevistas se conoce que las agencias de viajes seleccionadas ofrecen servicios turísticos para el mercado de turismo emisivo y receptivo, pero que su enfoque está en el emisivo. Se encontró como común denominador que sus principales clientes fueron captados por referencias o por publicidad boca a boca y que la preferencia que tienen los ecuatorianos por las agencias de viajes está determinada por el servicio que brindan.

Los representantes de las agencias de viajes consideran que los paquetes y servicios turísticos para destinos en el exterior son mucho más rentables que los aquellos que son dentro de Ecuador debido a que ellos afirman que los extranjeros tienen mayor capacidad de pago y no solicitan promociones y descuentos para pagar valores menores por sus paquetes turísticos, porque priorizan su comodidad. Los paquetes turísticos a destinos del extranjero que tienen más volumen de ventas son a Miami, Orlando, Panamá, El Caribe y Punta Cana. Pero, respecto a los paquetes turísticos con destinos dentro del país, el que más se vende en todas las agencias y con aproximadamente el mismo volumen de ventas durante todo el año es el que tiene como destino a las Islas Galápagos; siendo febrero y abril, los meses en los que las agencias internacionales tienen mayores ingresos por sus ventas y los meses en los que tienen menores ingresos son diciembre y enero.

Referente a las modalidades y métodos de pago de servicios turísticos, para reservaciones de los paquetes turísticos para viajar al extranjero, el valor que normalmente cobran las agencias como abono es 100 o 200 dólares, los cuales no son reembolsables y la totalidad del paquete debe de ser pagada máximo un mes antes de la fecha del viaje. Para destinos como Europa cobran un valor mayor dependiendo de la agencia mayorista con la que contratan el paquete. Pero específicamente los paquetes para viajar a Europa vienen predeterminados con fechas de salidas y servicios que están establecidos por las mayoristas de turismo.

Sólo las agencias que tienen como proveedor mayoristas del extranjero tienen la opción de ofrecer paquetes personalizados con destino al lugar donde requieran sus clientes porque sus proveedores tienen una red global de servicios en todo el mundo. En cuanto a las reservaciones de boletos, siempre debe de ser pagada la totalidad del valor en un plazo máximo de 24 horas, en caso contrario se cancela la venta. Si se trata de devoluciones de valores de paquetes turísticos, dependiendo de la mayorista con la que adquieran el servicio pueden ofrecer un porcentaje de devolución, si ocurre esto hasta un mes antes de la fecha del viaje comúnmente se puede realizar la devolución del valor del paquete menos el valor de la reserva debido a que es no reembolsable.

**Tabla 3.** Cuadro comparativo de los resultados obtenidos de las entrevistas

Resultados según temáticas de las preguntas	Dillontur S.A.	DTTravel	BM Tours S.A.	Carapacho Tours	Platinum Travel Agency
<b>Enfoque de servicios turísticos (1)</b>	Turismo emisoro.	Turismo emisoro.	Turismo emisoro.	Turismo emisoro.	Turismo emisoro.
<b>Estrategia de captación de clientes inicial y actual (2)</b>	Inició con publicidad boca a boca. Ahora telemarketing y mailing.	Inició con publicidad boca a boca. Ahora telemarketing, mailing y redes sociales.	Inició con publicidad boca a boca. Ahora publicidad en redes sociales y mailing.	Inició con publicidad boca a boca. Ahora en ferias turísticas, redes sociales y convenios con tarjetas de crédito.	Inició con publicidad boca a boca. Ahora en redes sociales, portal de compras públicas y revista Transport.
<b>Preferencia de los ecuatorianos respecto a gestión de viajes (3)</b>	Personas de 21 a 31 años prefieren pagar menos por viajar y los mayores a 50 años eligen agencias por servicio, comodidad y seguridad	Personas con mayor capacidad de pago eligen agencias de viajes porque priorizan la comodidad.	Jóvenes prefieren viajar por su cuenta por su capacidad de pago, los adultos mayores priorizan el servicio y eligen agencias.	Jóvenes prefieren a las agencias de viajes virtuales y priorizan el precio. Personas mayores prefieren agencias de viajes por el servicio y seguridad.	Jóvenes compran servicios turísticos por Internet. Adultos mayores prefieren las agencias de viajes por la asesoría personalizada, comodidad y seguridad.
<b>Razón de preferencia de los clientes hacia la agencia (4)</b>	Por el servicio, las asesorías y consejos para los viajes que ofrecen.	Por el servicio y atención personalizada.	Por el servicio que ofrece para armar los paquetes turísticos personalizados.	Porque brindan asesoría completa y personalizada, tanto en documentación, trámites, equipajes y guía para compras	Por el servicio personalizado y la asesoría para los viajes que ofrece.
<b>La mejor estrategia de marketing (5)</b>	Envío de correos masivos o mailing.	Publicidad en redes sociales y mailing.	Marketing en redes sociales.	Publicidad en redes sociales y mailing.	Publicidad en redes sociales y mailing.
<b>Uso de herramientas tecnológicas (6)</b>	Mailing y telemarketing.	Marketing en redes sociales, mailing y telemarketing.	Sitio web y marketing en redes sociales.	Sitio web, redes sociales y mailing.	Sitio web, redes sociales y mailing.
<b>Mercado turístico más rentable (7)</b>	El turismo emisoro le ha generado mayores ingresos económicos.	El turismo receptivo le genera mayores ingresos económicos.	El mercado de turismo receptivo genera más ingresos.	El mercado de turismo receptivo es más rentable.	El turismo emisoro le ha generado mayores ingresos económicos.
<b>Meses de mayores y menores ingresos económicos (8)</b>	Más ventas de enero a marzo y de julio a agosto; y menos ingresos en diciembre, abril y mayo.	Más ingresos en marzo y abril y menos ingresos en diciembre.	Tiene mayores ingresos en febrero y marzo y los más bajos son diciembre y enero.	Mayores ingresos en febrero y marzo, y menores ingresos en abril y mayo	Más ventas en noviembre y de febrero a abril, y menos ventas en Diciembre.
<b>Destinos más solicitados para viajes dentro y fuera de Ecuador (9)</b>	Destino al exterior Miami y El Caribe reservados en marzo para viajar en diciembre. Dentro del país Galápagos.	Destino al Exterior Miami, Orlando en marzo y abril. Dentro del país Galápagos todo el año	El destino al exterior más vendido es Panamá y dentro del país, Galápagos, ambos durante todo el año.	Destino internacional Miami, Nueva York y Panamá. Destino nacional Galápagos durante todo el año.	Destino internacional: Miami, Panamá y Punta Cana. Nacional: Galápagos primer semestre del año.
<b>Diferencias de paquetes turísticos según mercado (10)</b>	Los paquetes para Europa están predeterminados, las fechas están programadas, incluyen el alojamiento en hoteles, traslados, tours.	Paquetes a Europa incluyen boleto aéreo	Ofrecen paquetes con todo incluido o sólo con los servicios solicitados por el cliente.	Paquetes a destinos fuera del país incluyen boleto aéreo.	Paquetes a destinos fuera del país incluyen boleto aéreo y seguro de viajes.
<b>Políticas empresariales (11)</b>	No tiene políticas respecto a formas de pago, reservaciones, abonos o devoluciones. Hacen descuentos para grupos mayores de 10.	Reservas para destino nacional el valor de abono es USD 100; si es en América USD 200, y USD 400 si es a Europa. Estos pagos no son reembolsables. Descuento del 5% cuando se realizan pagos en efectivo.	Penalizaciones en las solicitudes de devolución por cancelación de viaje. Descuentos para grupos mayores de 10. Reservaciones con USD 100. Sin descuentos por pronto pago.	Reservas con USD200 no reembolsables y pagar totalidad un mes antes del viaje. Paquetes a Europa pagar todo 45 días antes del viaje. Pago de boletos aéreos en 24 horas máximo. Pagos con tarjeta de crédito y 5% descuento para efectivo.	Reservaciones con USD 100 no reembolsables y pagar totalidad un mes antes del viaje. Pago de boletos aéreos en máximo 24 horas. Pagos en efectivo, cheque o tarjeta de crédito.
<b>Limitaciones para mercado de turismo emisoro (12)</b>	Certificación otorgada por la IATA para emitir boletos aéreos directamente.	Para emitir boletos aéreos directamente se necesita certificación.	Obtener certificado de la IATA para emitir boletos.	Para emitir boletos se debe tener certificación. Emitirlos por medio de la consolidadora M&M Travel Group o hacer convenio con aerolíneas.	Para emitir boletos aéreos directamente se necesita certificación.
<b>Proveedores (13)</b>	Mayoristas nacionales: con Platinal S.A., HDP Representaciones S.A. y Eurolatina. Viajes nacionales: Ninfa Tours, Islas de Fuego, Tecnoreps. Aseguradoras: Segurviajes y Travel Ace Assistance Ecuador	Mayorista nacional Dream and Travel, Summer Vacations y Eurolatina. Aseguradora Segurviajes.	Mayorista internacional. Principales hoteles y restaurantes de Guayaquil. Aseguradora Traveler Assistance Services.	Mayorista internacional, Delgado Travel. Alianzas estratégicas con cadenas hoteleras y restaurantes. Aseguradora: Ecuasistencia y BlueCard.	Mayorista nacional Dream and Travel. Aseguradora Blue Card.
<b>Perspectiva y opinión sobre el desarrollo del turismo en Ecuador (14)</b>	El turismo receptivo incrementará más que el emisoro,	El turismo receptivo aumentará gracias a que el gobierno promueve el turismo en Ecuador. No beneficiará al emisoro.	El turismo emisoro disminuirá y crecerá el receptivo y el interno.	El turismo receptivo aumentará gracias a la participación de agencias de viajes en ferias internacionales de turismo.	El turismo receptivo crecerá más que el emisoro gracias a los incentivos que ofrece el gobierno a agencias de viajes en ferias de turismo.

**Nota:** Información levantada a partir de entrevistas.

Si se trata de devolución del costo de un boleto, depende de la aerolínea, porque en la mayoría de los casos no

realizan devoluciones, solo en casos de enfermedades graves, calamidades o casos de urgencias, para lo cual se solicitan justificaciones por escrito y exclusivamente cuando se considera que amerita la devolución, proceden al reembolso; pero, castigando con un porcentaje del valor del boleto.

Los representantes de las agencias revelaron que las estrategias de marketing que más usan son la publicidad en redes sociales y enviando correos electrónicos de manera masiva mediante mailing, para comunicar a sus clientes sobre sus promociones. La jefa de servicios al cliente y ventas de Platinum Travel Agencies Platimun informó que la agencia usa el Portal de Compras Públicas para promocionar sus servicios, y la gerente de Carapacho Tours comentó que otros de los medios para promocionar sus servicios es a través de las marcas de las tarjetas de crédito y con publicaciones en Transport, que es la Guía Ecuatoriana de Transporte y Turismo.

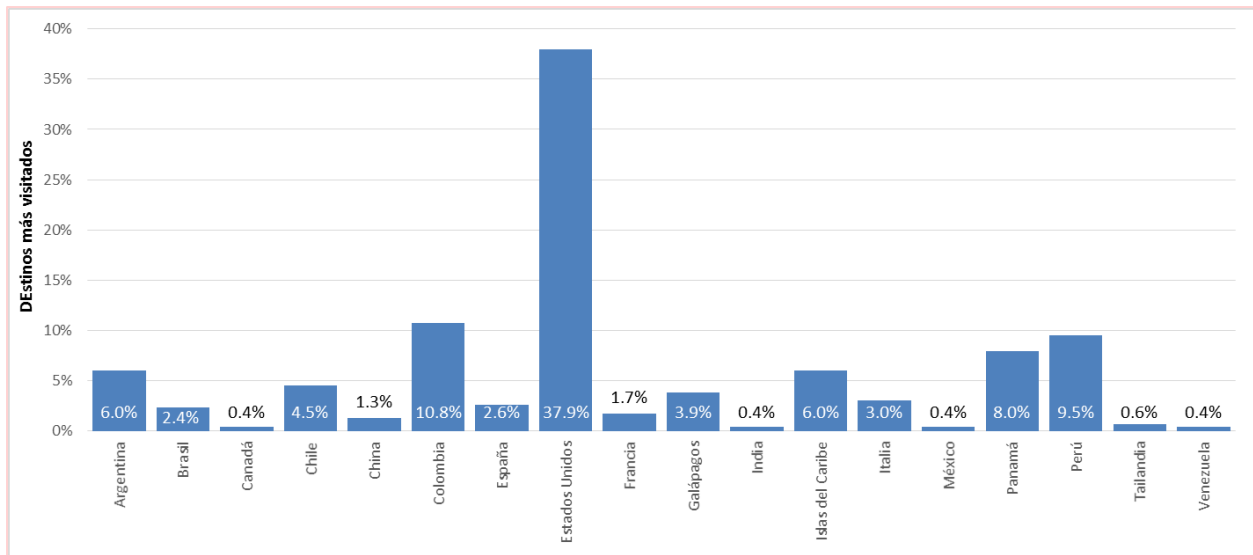
Según los comentarios de los representantes de las agencias de viajes, la mejor estrategia que usan las agencias de viajes para fidelizar a sus clientes es brindarles atención personalizada, no solo una buena atención al momento de la venta de sus servicios, sino ofreciendo como valor agregado asesoría para los viajes, como indicaciones de donde realizar las compras, lo que deben de llevar en el equipaje, las precauciones que deben de tener en cuenta. De esta manera, los clientes cada vez que quieren hacer un viaje prefieren acudir a la agencia que les brinda mejores asesorías y consejos para su viaje, porque valoran el excelente servicio y atención que reciben y además recomiendan la agencia de su preferencia a familiares, amigos y conocidos.

Se obtuvo una muestra de 452 (n=452) y la encuesta se desarrolló en agosto de 2015. De las 452 respuestas obtenidas, el 41% corresponde al sexo masculino y el 59% al femenino. Se encuestaron a personas de 17 a 71 años de edad, las que viajaron al exterior con mayor frecuencia están en el rango de edad de 19 a 27 años, que corresponde al 56%. El siguiente rango de edad que realiza viajes fuera del país, es de 28 a 36 años. La edad media es de 29 años y la moda de la edad que se refleja en los resultados es 25 años.

El 89% de los encuestados son categorizados como personas económicamente activas, de los cuales el 60% indicaron que tienen estabilidad laboral desde 2 hasta 10 años. Dentro de los últimos 12 meses, el 64% de las personas encuestadas indicaron que viajaron 2 veces, el 13% 3 veces y el 83% restante está por debajo de este resultado. La mayoría de los encuestados dijeron que preferían realizar la compra de los boletos de avión en los sitios web de las aerolíneas, este resultado representa el 65%; mientras que el 27% compra a través de las agencias de viajes y sólo el 8% se dirigen al aeropuerto para adquirirlos.

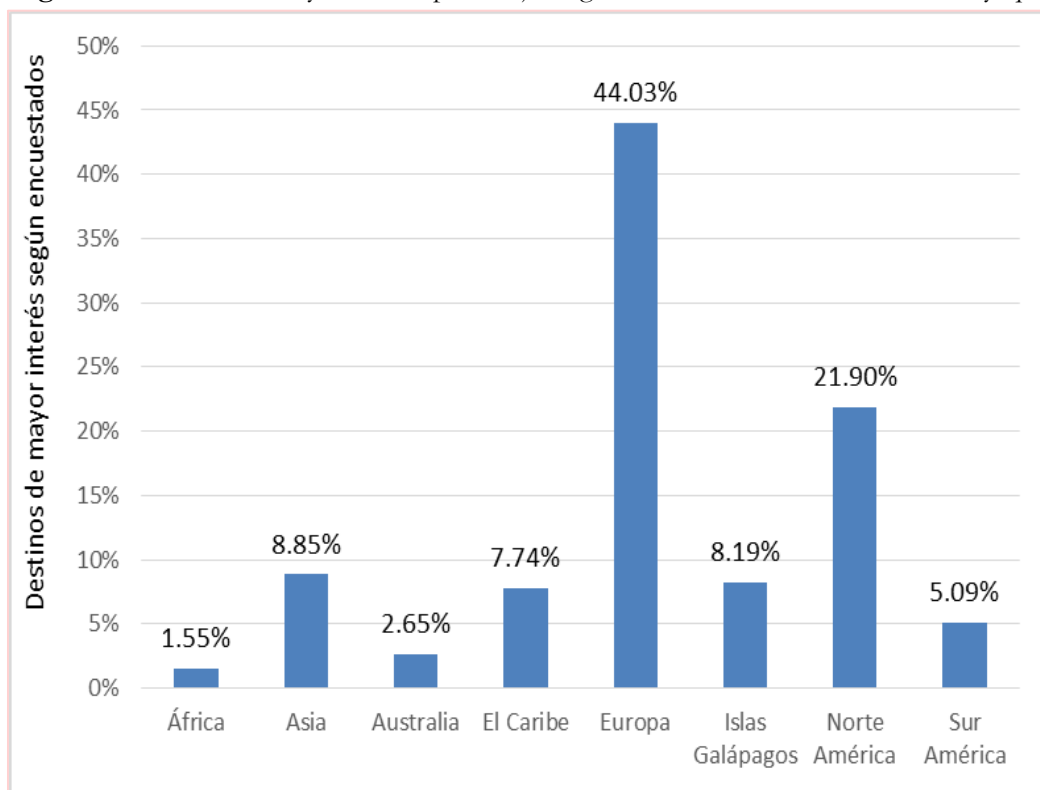
Los destinos más visitados en las respuestas otorgadas por los encuestados son: Estados Unidos (38%), Colombia (11%), Perú (9.5%), Panamá (8%), Argentina y El Caribe (6%). Los siguientes destinos que han sido más visitados son Chile (4.5%), Islas Galápagos (3.9%), Italia (3%), España (2.6%) y Brasil (2.4%).

**Figura 1.** Destinos más visitados según ecuatorianos residentes en Guayaquil



Según las respuestas otorgadas por los encuestados, el destino de mayor interés es Europa, con un 44%; luego Norteamérica, con 22%, Asia 9%, Galápagos con 8% y El Caribe 7% son los destinos a los que los potenciales clientes están interesados en viajar. Los demás destinos de interés son: Suramérica (5%), Australia (3%) y África (2%).

**Figura 2.** Destinos de mayor interés para viajar según ecuatorianos residentes en Guayaquil



Al cuestionar el precio que estarían dispuestos a pagar para viajar al destino de mayor interés, los encuestados

indicaron en un 50% que estarían dispuestos a pagar de USD 1,000.00 a USD 3,000.00 para viajar a su destino de mayor interés; el 34% pagaría hasta USD 1,000.00 y sólo el 14% de USD 3,000.00 a USD 5,000.00. El 87% de las respuestas obtenidas en las encuestas indican que prefieren que los paquetes turísticos incluyan el valor del boleto aéreo, solo el 5% no desearían que este valor sea incluido. Y para el 8% es indiferente que este valor esté incluido dentro de los paquetes comercializados por las agencias de viajes.

Los resultados presentados a continuación corresponden a las preguntas que tenían múltiples opciones de respuestas, de las cuales los encuestados seleccionaron varias para la misma pregunta, por lo que el total de respuestas es mayor al número de personas encuestadas. Respecto a las ocasiones en las que viajan, entre sus múltiples respuestas, los encuestados seleccionaron 238 veces la opción “vacaciones laborales”, indicando que es la ocasión que aprovechan para viajar fuera del país; lo que representa el 47% del total de respuestas múltiples escogidas. La siguiente opción más seleccionada fue “otras”, que representa el 21% e indica que no realizan los viajes en feriados, fines de semana, vacaciones estudiantiles ni laborales; sino en otro tipo de ocasiones. Al indicar en compañía de quién realizan sus viajes, la opción “familiares”, porque fue seleccionada 251 veces, lo que representa un 43%. Por otro lado, la siguiente preferencia fue “amigos”, escogida 133 veces; “pareja”, 99 veces y la opción “nadie” fue optada 83 veces. El correo electrónico es medio más elegido para recibir información de promociones de paquetes turísticos, en este caso esta opción fue seleccionada 373 veces. Por otro lado, las siguientes respuestas de mayor preferencia fueron los anuncios en redes sociales como Facebook, que fue elegida 176 veces; y las publicaciones en Instagram, 133 veces.

En base a los resultados obtenidos por medio de la encuesta, se determinó que los ecuatorianos que realizan viajes al exterior tienen edades de 19 a 36 años, porque están en edad productiva y tienen una estabilidad laboral de dos años promedio. Dentro de este segmento de mercado, el género femenino es el que realiza más viajes al exterior y la frecuencia de sus salidas de país es de dos veces. A los clientes potenciales les gustaría que los paquetes turísticos sean comercializados con el valor del boleto aéreo incluido, a pesar de que por ahora los compran en los sitios web de las aerolíneas. Estarían dispuestos a pagar de USD 1,000 a USD 3,000; si son personas con una capacidad de pago más alta, pagarían hasta USD 5,000 por viajar al destino internacional de su preferencia, porque poseen ahorros y normalmente son personas mayores de 30 años. Los destinos favoritos para viajar son: Estados Unidos, Colombia, Perú y Panamá; pero además existe interés en conocer Europa. La mayoría de estas personas laboran en empresas privadas, y una minoría trabaja independiente, la mayoría indicó que realizan viajes con sus familiares y en un porcentaje menor viajan en compañía de amigos. El correo electrónico es el medio de mayor preferencia para recibir notificaciones sobre promociones de paquetes turísticos, también publicaciones en redes sociales como Facebook e Instagram.

Como las agencias de viajes internacionales y duales en la ciudad de Guayaquil se diferencian unas de otras por el servicio que ofrecen, la empresa que es caso de estudio, se plantea el desarrollo de una ventaja competitiva que sea atractiva para este mercado meta. Por lo cual se planteó una estrategia diferenciadora basada en un código de cliente frecuente mediante el cual los clientes acumulan bonos que les permiten obtener descuentos en los viajes que realicen y además, al referir clientes adquieren la mitad de bonos de los que tuvieran por comprar los servicios turísticos. Adicionalmente, se requiere implementar estrategias de marketing digital como mailing, Facebook Ads y Google Adwords, y realizar publicaciones de los servicios de la agencia en el Portal de Compras Públicas y en la revista Transport, para ampliar la oferta al sector de empresas públicas y privadas. Es indispensable instalar el servicio para que se puedan realizar los cobros presenciales con tarjetas de crédito y también incluir la opción para cotizar y pagar online en la página web de la agencia.

Para la implementación de la nueva línea de negocios se requiere contratación de personal; en este caso, se

considera necesario una persona que se encargue del departamento de ventas y otra que maneje las publicaciones diarias en redes sociales, además redefinir la misión, visión, objetivos y valores empresariales, para que estén dirigidos al turismo emisor y receptor. También, desarrollar nuevos procesos como la comercialización de paquetes turísticos a través de las agencias mayoristas, y la implementación de una encuesta para medir el nivel de satisfacción al cliente respecto a la calidad del servicio que recibió el cliente en el proceso de la venta y durante su viaje, con la finalidad de obtener una retroalimentación y aplicar la mejora continua en la empresa.

Otro proceso a implementar, en caso que la empresa ofrezca venta de boletos aéreos, tiene dos opciones: realizarlo por medio de M&M Travel Group, la única agencia consolidadora en Guayaquil, la cual sería su proveedor potencial para la emisión de boletos aéreos; o contar con una garantía bancaria por el monto de USD 50,000, capital social mínimo de USD 6,000 y entregar documentación legal solicitada por la Asociación de Transporte Aéreo Internacional o IATA (siglas en inglés), para recibir una certificación que le permita emitirlos boletos directamente. En este caso, la empresa de turismo M&P Tours S.A. por ahora no cumple con todos los requisitos solicitados por la IATA, por lo que no es posible que emita los boletos directamente sino por medio de la agencia consolidadora.

La expansión del negocio requiere una inversión adicional de USD 10,340.00; valor que se podría financiar a tres años plazo y en el peor de los escenarios (pesimista) mediante un crédito de consumo. Y esta inversión se recuperaría al cuarto año de que el plan de negocios sea puesto en marcha, con un presupuesto de ventas que tenga como objetivo la comercialización de un paquete turístico de aproximadamente USD 1,000 en cada día laborable del mes. Para esto se considera un capital de trabajo de USD 6,000 y un presupuesto de marketing de USD 13,151.00. Se estima que a pesar de que en el primer año de implementación del plan se podría obtener pérdida en el ejercicio económico, esto mejoraría al año siguiente, con un aumento en el margen de contribución de 16.1%. Los costos directos son los que tienen mayor impacto en el negocio, por lo que deben ser considerados para lograr obtener el éxito esperado.

### **Discusión**

En este trabajo se analizaron los aspectos que inciden en la implementación de un plan para expansión de las actividades de una agencia de viajes de Guayaquil en el mercado del turismo emisor, por lo que se puede considerar que su implementación sería factible para la empresa, debido a que le otorgaría un incremento en sus beneficios económicos y lograría que adquiriera un mejor posicionamiento en el mercado de turismo. Adicionalmente al plan propuesto, se plantea que la empresa debe manejar los enfoques en el mercado de turismo emisor en los meses en los que se registra un mayor número de salida de ecuatorianos al exterior y en el receptor en los cuales se registra un mayor número de llegadas de extranjeros al país; puesto que así se obtendría mayores ingresos en los meses de diciembre y enero, que son los que le generan menores ingresos según las agencias internacionales y duales entrevistadas. Se considera, al igual que González y Pinela (2000), que los meses para enfocarse en el turismo emisor corresponden al período de vacaciones estudiantiles, lo cual se infiere en base a los resultados de las encuestas, que reflejan que los ecuatorianos que viajan al exterior prefieren hacerlo en familia.

Según el análisis de las estadísticas relacionadas al turismo en Ecuador, en base al incremento del número de salidas de ecuatorianos al exterior registrado desde 2010, se considera que el turismo emisor ha aumentado y el receptor ha disminuido, por la disminución de llegadas de extranjeros al país reportadas desde 2015. En cambio, según las opiniones obtenidas de los representantes de las agencias de viajes en las entrevistas, consideran que el turismo receptor incrementará y las campañas publicitarias gubernamentales son un gran incentivo y apoyo



para promocionar el país internacionalmente. Lo cual les permite a las agencias ofertar paquetes turísticos a los extranjeros, que en su mayoría eligen viajar a Galápagos. Según sus comentarios, con la venta de paquetes turísticos a extranjeros se obtienen mayores ganancias, a pesar de que no se vendan en un gran número; considerando que los extranjeros eligen modalidades de pago mediante canales electrónicos y sin enfocarse en rebajas de precios. Por el contrario, los ecuatorianos normalmente prefieren pagar en partes y a precios bajos, prefiriendo descuentos y promociones, a excepción de los adultos mayores que su prioridad es viajar de manera segura y cómoda, sin considerar exageradamente el factor precio.

Por otro lado, se relaciona la disminución en el número de llegadas a Ecuador en 2016 con los efectos procedentes de la apreciación del dólar y el incremento de viajes de extranjeros a los países vecinos Perú y Colombia, por la depreciación de sus monedas. Otros factores considerados como influenciadores serían el virus Zika, el dengue, la actividad del volcán Cotopaxi, el terremoto del 16 de abril de 2016 y los sismos en Esmeraldas en diciembre, lo cual afectó directamente a los feriados de Navidad y Año Nuevo.

Dentro de la implementación del plan, es indispensable el uso de herramientas tecnológicas, por lo que se propone incluir la opción de que los turistas puedan cotizar y pagar por medio de la página web de la empresa turística, González y Pinela (2000) también lo aseveran. En los resultados del estudio de mercado desarrollado por Suárez (2015) en Quito, se indica que los usuarios de internet al realizar las compras online buscan buena información e imágenes, seguridad, facilidades y precios bajos. De igual forma es necesario utilizar el marketing digital en la promoción de servicios turísticos mediante el envío de mails masivos o Mailing, publicidad pagada en Facebook denominada Facebook Ads, o publicidad pagada en Google seleccionando palabras claves, conocida como Google Adwords; y como lo indica Flores (2012), usando blogs, publicaciones en Twitter, YouTube, Banner Digital en la página web, Mensajes masivos por WhatsApp y colocando publicidad en páginas web externas por medio de Google AdSense. Para aplicar estrategias de marketing digital se debe contar con personal capacitado que se encargue del correcto uso de las herramientas tecnológicas y Flores (2012) incluye esto también en su propuesta.

Al reconocer las limitaciones de esta investigación, se determina que una de ellas es que no se contempla al turismo interno como otra opción de análisis para expansión de actividades económicas de las agencias de viajes, lo cual también podría significar incremento del volumen de ventas. Según Mintur, durante 2016 se registraron 12.3 millones de viajes por turismo interno. El 40% de estos viajes fueron en los feriados, logrando dinamizar la economía nacional con 285.5 millones de dólares. Flores (2012) indica que la demanda potencial de este tipo de turismo está conformada por la población urbana y que los principal mercado de origen son Quito, Guayaquil y Cuenca. Calderón (2015), considera que “el aumento del turismo emisor ha significado también un fuerte incremento de las salidas de divisas por este concepto, lo que ha generado un déficit sistemático de la cuenta del turismo en la balanza de pagos. Sin embargo, a partir de 2012 el saldo pasó a ser positivo gracias al incremento de los ingresos asociados al turismo receptivo” (p. 8).

Otra de limitación es que no se incluye un proceso de calificación de proveedores que le permita garantizar la calidad del servicio contratado, y una política de cuentas por pagar; lo cual Murriagui (2014) considera importante de aplicar. En la interpretación de los resultados se debe considerar que parte de la información publicada por el Mintur correspondiente a las estadísticas turísticas de 2016 son provisionales y el último informe no incluye a este año dentro del análisis integral. Finalmente, como referente de lo antes expuesto, se ratifica la importancia de que la empresa objeto de estudio considere la expansión de sus actividades en el mercado de turismo emisor para obtener un mayor volumen de ingresos económicos; pero considerando las indicaciones

descritas para el desarrollo e implementación del plan, de manera que sea factible.

### **Conclusión**

Se concluyó que las empresas turísticas deben trabajar estratégicamente en generar ventajas competitivas debido a que en este sector se considera que la diferenciación es más efectiva que la estrategia de costos. Es necesario el equilibrio entre diferenciación con precios moderados y costos aceptables, en conjunto con el uso de herramientas tecnológicas. Adicionalmente, se debe generar información veraz para una adecuada toma de decisiones. La satisfacción al cliente es prioridad en el turismo, la transparencia y objetividad de la información brindada, la claridad de la oferta y su cumplimiento es imprescindible. La evaluación económica y financiera de la propuesta de expansión resulta viable, significando aquello mayores beneficios a la población involucrada.

De forma puntual se recomienda a la agencia realizar promociones de paquetes turísticos dirigidos a guayaquileños de entre 25 a 50 años de edad quienes forman parte de un mercado laboral con capacidad de financiamiento de sus viajes. Normalmente tienen estabilidad laboral y eligen realizar viajes familiares al exterior en el periodo que tienen vacaciones. Los viajes promocionales deberían de ser a Estados Unidos, Perú, Colombia y España que son los preferidos por los turistas de acuerdo a la investigación. Además, deben considerarse ofertas en los meses marzo, julio y agosto, debido a que según los resultados se han registrado el mayor número de salidas de ecuatorianos con fines turísticos. Estas ofertas se deberían dar a conocer a través de correos electrónicos y redes sociales, sin dejar de utilizar los canales de difusión normales. Los resultados muestran la preferencia de los ecuatorianos por los precios bajos y con descuentos, la empresa debe considerar estrategias tendientes a la reducción de costos. Complementariamente los canales de venta y las formas de pago se deben diversificar para facilitar pagos en diversas modalidades como en efectivo, cheques, tarjetas de crédito o mediante la página web de la agencia.

Finalmente, la empresa de turismo M&P Tours S.A. debe aprovechar que ha logrado ser la número uno, calificada por TripAdvisor, como la mejor en actividades turísticas en Guayaquil. Esto es una ventaja que podría permitir el impulso de la nueva línea de negocios. Es importante resaltar que los comentarios de los turistas que han disfrutado de los servicios de la empresa la califican como excelente, lo que implica una gran satisfacción al cliente. Esta calidad de servicio debe ser promocionada en la página web de la empresa y en las redes sociales, como referencia de la atención que brinda y de esta manera captar clientes para la nueva línea de negocios.

### **Referencias bibliográficas**

- Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA). (2017). Guía de acreditación - Ecuador. Recuperado el 17 de junio de 2017, de [http://www.iata.org/Sites/FMC/Files/a1\\_ecuador\\_pax\\_application\\_guide\\_spa.pdf](http://www.iata.org/Sites/FMC/Files/a1_ecuador_pax_application_guide_spa.pdf)
- Caiza, R., & Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en territorio ecuatoriano. *Ricit: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, (4), 6–24.
- Calderón, Á. (2015). Análisis de la cadena del turismo. Comisión Económica para América Latina y el Caribe-CEPAL. Quito-Ecuador. Recuperado a partir de <http://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/Resumen-Cadena-Turismo-1.pdf>
- Flores, P. J. (2012). Propuesta de modelo integral de marketing digital aplicado a las empresas de turismo en el distrito metropolitano de quito caso: Metropolitan Touring (B.S. thesis). Quito/PUCE/2012. Recuperado a partir de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5496/T-PUCE-5723.pdf?sequence=1>
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al Turismo*. Grupo Editorial Patria. Recuperado a partir de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5erhBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Entender+el+turismo.+Glosario+B%C3%A1sico++de+la+Organizaci%C3%B3n+Mundial+del+Turismo&ots=Ux9nl\\_kdCr&](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5erhBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Entender+el+turismo.+Glosario+B%C3%A1sico++de+la+Organizaci%C3%B3n+Mundial+del+Turismo&ots=Ux9nl_kdCr&)

sig=1DMfwVURmfTrPfoIGpuz4F4u0GE#v=onepage&q&f=false

INEC. (2017). Entradas y Salidas Internacionales. Recuperado 5 de julio de 2017, a partir de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/entradas-y-salidas-internacionales/3>

M&M Travel Group. (2013). M&M Travel Group. Recuperado el 17 de junio de 2017, de <http://www.mymtravel.com/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2016). Boletín Mensual 2015-2016. Recuperado a partir de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/18-turismo-en-cifras/analisis-economico/95-boletin-mensual>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). El Turismo dinamizó en 285.5 millones de dólares la economía el 2016 – Ministerio de Turismo. Recuperado 5 de julio de 2017, a partir de <http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-dinamizo-en-285-5-millones-de-dolares-la-economia-el-2016/>

Murriagui, C. (2014). Análisis financiero de la administración del capital de trabajo de una empresa especializada en turismo emisivo en el período 2009-2012. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado a partir de <http://repositorio.puce.edu.ec:80/xmlui/handle/22000/8117>

My Trip to Ecuador. (2016). My Trip to Ecuador. Recuperado 18 de julio de 2016, a partir de <http://www.mytriptoecuador.net/>

OMT. (2017). Panorama OMT del turismo internacional, edición 2016 | Organización Mundial del Turismo OMT. Recuperado a partir de <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418152>

Riofrío, D. (2017). Boletín de Estadísticas Turísticas 2011-2015 (p. 170). Quito. Recuperado a partir de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>

Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). Introducción al turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo Madrid. Recuperado a partir de [http://www.academia.edu/download/34235207/Introduccion\\_al\\_turismo.pdf](http://www.academia.edu/download/34235207/Introduccion_al_turismo.pdf)

TripAdvisor. (2017). 10 Mejores visitas turísticas en Guayaquil. Recuperado 14 de enero de 2017, a partir de [https://www.tripadvisor.co/Attractions-g303845-Activities-c42-Guayaquil\\_Guayas\\_Province.html](https://www.tripadvisor.co/Attractions-g303845-Activities-c42-Guayaquil_Guayas_Province.html)

# La energía renovable y su relación con el desarrollo turístico sustentable de la provincia de El Oro

**Econ. Flor Yelena Vega Jaramillo, Mgs.**

Universidad Técnica de Machala

fvega@utmachala.edu.ec

**Econ. Patricia Alexandra Uriguen Aguirre, Mgs.**

Universidad Técnica de Machala

puriguen@utmachala.edu.ec

**Ing. Nancy Janneth Tapia Espinoza, Mgs**

Universidad Técnica de Machala

ntapia@utmachala.edu.ec

## Resumen

El consumo de combustibles fósiles se presume ha causado graves impactos ambientales por la emisión de gases de tipo invernadero; razón por la cual en los últimos años ha cobrado gran relevancia el impulso dado por el gobierno a las energías que proceden de fuentes renovables. El presente trabajo analiza la contribución de las energías renovables en el desarrollo turístico sustentable como estrategia conjunta para el desarrollo de las comunidades, lo cual forma parte de un nuevo enfoque del turismo que puede ser aprovechado para el progreso de la población rural, generalmente la más vulnerable, contribuyendo a los fines de sostenibilidad del destino, constituyéndose en un elemento turístico adicional. Se plantea como objetivo: determinar el impacto de la energía renovable en el desarrollo turístico sustentable de la provincia de El Oro. El estudio presenta un análisis descriptivo, la relación de las variables se comprueban mediante un análisis econométrico, obteniendo como resultado una relación positiva demostrando que el desarrollo del sector turístico se encuentra relacionado con actividades sustentables, con el cuidado y protección del medio ambiente, razón por las que el uso de energías renovables contribuyen al sector turístico en su desarrollo.

**Palabras clave:** energía, turismo, desarrollo, sustentable, ambiente.

## Abstract

The consumption of fossil fuels is presumed to have caused serious environmental impacts by the emission of greenhouse gases; because in recent years the government's boost to energy from renewable sources has become very relevant. This paper analyzes the contribution of renewable energies to sustainable tourism development as a joint strategy for the development of communities, which is part of a new approach to tourism that can be used for the progress of the rural population, generally the most vulnerable, contributing to the sustainability of the destination, becoming an additional tourist element. The objective of this study is to determine the impact of renewable energy on sustainable tourism development in the province of El Oro. The study presents a descriptive analysis, the relationship of the variables is verified through an econometric analysis, resulting in a positive relationship demonstrating that the development of the tourism sector is related to sustainable activities, with care and protection of the environment, which is why the use of renewable energy contribute to the tourism sector in its development.

**Keywords:** Energy, tourism, development, sustainable, environment.

## Introducción

En la actualidad el mundo produce y se encuentra en constante movimiento gracias al uso de las energías. Gran parte de las actividades de las personas, por no decir todas, dependen del uso de energía, ya sean estas actividades realizadas en el hogar, en la producción, en el transporte, en la industria. La energía se ha convertido en el principal motor. Los combustibles fósiles, y particularmente el petróleo, constituyen la base de la economía global y la civilización occidental (Ferrari, 2013). Estas se han convertido en la actualidad en la principal fuente de emisiones de gases de efecto invernadero y de contaminantes acidificantes (Merino, 2012). Para el año 2004, el 87,05% de las energías provenían de combustibles fósiles y menos del 15% pertenecían a energías renovables (Allen, 2006).

De acuerdo al Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés), las energías renovables ocupan en la actualidad un lugar cada vez más importante dentro de la producción de energía, convirtiéndose en la alternativa más limpia para la conservación del medio ambiente. Se encuentran en la naturaleza en una cantidad ilimitada y, una vez consumidas, se pueden regenerar de manera natural o artificial. Según el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), frente a las fuentes convencionales de energía que provienen de combustibles fósiles, las energías renovables son recursos limpios cuyo impacto es prácticamente nulo en el ecosistema.

La aplicación de esta energía en el mundo es muestra de la importancia de esta tanto en países industrializados como en economías de desarrollo. Son recursos abundantes y limpios que no contaminan ni producen gases de efecto invernadero ni otro tipo de emisiones dañinas para el medio ambiente, algo que por el contrario si ocurre con las energías no renovables. Entre sus desventajas se encuentra que la producción de algunas energías renovables es intermitente, es decir no es continua ya que muchas de las veces dependen de las condiciones climatológicas, un ejemplo de esto es lo que ocurre con la energía eólica (Vásquez & Dacosta, 2007).

De acuerdo a Roldán & Roldán (2008), las energías renovables son: eólica (viento); geotérmica (calor del interior de la tierra); hidráulica (agua); mareomotriz (mar); solar térmica (sol); fotovoltaica (sol); biomasa (materias agrícolas diversas); gradiente térmico oceánico (mar); otras energías (diverso origen). En la actualidad existen numerosas instancias e iniciativas internacionales y regionales en apoyo al uso de la energía proveniente de fuentes renovables, la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible, llevada a cabo en Johannesburgo en septiembre del 2002, representó la reunión de mayor relevancia debido a la conciencia del uso de fuentes de energías amigables con el medio ambiente (Coviello, 2003).

Para el Ecuador, su posición geográfica resulta óptima para el uso de Energías Renovables. Es así que en las laderas de los Andes hay grandes precipitaciones que son usadas como fuente de energía hídrica. Además la insolación es muy alta en Ecuador por la posición directa al sol y que es muy interesante para la producción de energía solar. Especialmente en los Andes hay volcanes activos que permiten un acceso fácil a las fuentes geotérmicas de las cuales su uso energético tiene gran potencial, pero aún está muy subdesarrollado. En las planicies y en el trópico se pueden cultivar plantas como palmas aceiteras y caña de azúcar, que se utilizan para la producción de biogás y carburante. Los vientos fuertes en las Islas Galápagos y los Andes representan un gran potencial para el uso de energía eólica (Stieler, 2014).

En la provincia de El Oro, también se han realizado grandes avances en cuanto al uso de energías renovables, el Ministerio de Electricidad y Energía Renovable, en la provincia ha ejecutado tres líneas de sub-transmisión de energía, las cuales reciben el nombre de La Primavera – Los Pinos – Autoridad Portuaria, La Peña – Machala y La Peña – La Avanzada.

La construcción de la línea de Sub-transmisión a 138 kV desde la Subestación La Peaña (Pasaje) hasta la Subestación La Avanzada (Santa Rosa), tendrá como propósito mejorar la calidad del servicio eléctrico. Esta importante obra atenderá a los cantones de la Parte Alta de El Oro: Piñas, Zaruma, Portovelo, Atahualpa, Balsas y Marcabelí; así como los cantones del Cordón Fronterizo: Arenillas, Huaquillas, Las Lajas y Santa Rosa. Además se contempló la construcción de 130 torres metálicas de 30 metros de altura en una distancia de 32 km. Mientras que la línea de sub-transmisión a 138 kV La Peaña-Machala, que ya está operativa, permitirá reducir las pérdidas técnicas y dar mayor confiabilidad en la distribución de la energía eléctrica para la ciudad de Machala.; mientras que la línea de sub-transmisión a 69 kV: La Primavera- Los Pinos-Autoridad Portuaria, contribuye a formar el conocido “anillo eléctrico” para el cantón Machala, cuya demanda de energía eléctrica es del 45%; permite brindar un servicio continuo y reducir los tiempos en las desconexiones de carga como mantenimientos programados.

Con base a lo mencionado, son muchas las ventajas asociadas al uso de energías renovables, entre las que se destaca su bajo impacto al medio ambiente, son de fuente inagotable, reducen la dependencia de energía, son crecientemente competitivas y su uso se basa en decisiones políticas favorables. A más de sus ventajas, su uso promueve las economías rurales, donde no es imprescindible el tendido eléctrico para la distribución de energía, ya que ésta puede ser suministrada por energías limpias. Para el sector hotelero, el uso de las energías limpias podría dar un mayor impulso al turismo rural, especialmente a las pequeñas instalaciones que podrían ser autosuficientes energéticamente (Lastra, Coloma, Espinossa, & Herrera, 2015).

Este nuevo enfoque del turismo se interesa cada vez más en la naturaleza y en la vida rural, ejemplo de esto es el turismo comunitario, ecoturismo, turismo cultural; y sobre esta base, la contribución del turismo al desarrollo local de la comunidad rural es significativa (Jiménez, 2014). La producción de fuentes de energías renovables podría contribuir a generar ingresos a los habitantes locales, cuando el territorio sea concebido como proveedor de estas energías. El turismo es un fenómeno que se encuentra ampliamente difundido en el mundo, con amplia influencia sobre la economía y con impactos que pueden ser muy beneficiosos, pero también otros considerablemente negativos como lo es consumo de suelo, agua, energía, destrucción de los paisajes, entre otros. El desarrollo del sector turístico en el mundo y en especial en el Ecuador ha tenido un trascendental cambio estimulando al desarrollo económico y productivo del sector ocasionando graves y continuos inconvenientes ecológicos, socioeconómicos, culturales, incidiendo en las comunidades gobiernos locales, seccionales y regionales que buscan prácticas responsables para el mismo.

El desarrollo turístico y productivo en el Ecuador, ha tenido gran importancia, entre otros motivos, porque ha jugado un papel fundamental en la mejora de la calidad de vida, sea estos en entornos urbanos como en los rurales. En la provincia de El Oro, existen numerosos sectores turísticos, donde el uso de la energía convencional es limitado o no existe. Es por esto, que se han realizados estudios con el propósito de buscar alternativas prácticas, a partir del empleo de fuentes alternativas.

### **Importancia**

La obtención de energía a partir de combustibles fósiles ha sido el proceso de generación más importante de los últimos años y muchos anticipan que lo seguirá siendo durante la mayor parte del siglo XXI. En la actualidad aproximadamente el 80% de la energía consumida en el mundo proviene de los combustibles fósiles, en cuanto a la electricidad, aproximadamente el 60% de la energía proviene de estos, el 16% de energía nuclear y un pequeño porcentaje de energía hidráulica (González, 2009).

**Tabla 4.** Reservas mundiales de combustibles fósiles

<b>Combustibles</b>	<b>Reservas</b>	<b>Producción</b>	<b>R/P</b>
Carbón	847,488.00	6,396.00	133.00
	Millones ton.	Millones ton/a	años
Gas natural	6,263,000.00	103,660.00	60.42
	Millones pc	Millones pc/a	años
Petróleo	1,208,200.00	29,832.10	40.50
	Millones bls	Millones bls/a	años

**Fuente:** González (2009)

Según la *Tabla 1*, podemos apreciar que el carbón es el más abundante y a su vez el más contaminante de los combustibles fósiles. Se encuentra en casi todas las regiones del mundo, pero los mayores depósitos de importancia comercial se encuentran en Europa (12,5%), Asia (44%), América del Norte (38,5%), África (4%), y Australia (1%); su papel ha sido fundamental en el desarrollo industrial donde su uso ha ido desde el doméstico, destinado a la cocción de alimentos, sino que ha servido para movilizar grandes máquinas de vapor (Reyes, 2016).

Con respecto al petróleo, el 78% de esas reservas se encuentran en los 11 países pertenecientes a la Organización de Países Productores de Petróleo (OPEP) –Arabia Saudí, Argelia, Emiratos Árabes Unidos, Indonesia, Irak, Irán, Kuwait, Libia, Nigeria, Qatar y Venezuela–. El 7,8% del total mundial se encuentra en países pertenecientes a la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), formada por 30 países entre los que se encuentran los económicamente más potentes del mundo. El resto, un 15,2%, está repartido en los demás países del mundo (entre éstos destacan, por sus reservas, Rusia y China) (Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos, 2012).

Mientras que, con el gas natural, a pesar de las grandes reservas existentes, estas por lo general se encuentran lejos de las poblaciones necesitadas de energía y en algunos de los casos su transportación es costosa. Bajo algunas consideraciones, el gas natural es menos dañino para el medioambiente que el petróleo o el carbón, debido a que emana cerca de la mitad del dióxido de carbono comparado con el carbón, por un valor energético equivalente, y un tercera parte comparado con el petróleo, convirtiéndose en una fuente atractiva para países que buscan reducir sus emisiones de gases invernadero (Klare, 2012).

En la actualidad el crecimiento y el desarrollo socioeconómico han incrementado las necesidades de energía de cada nación, trayendo como consecuencia una mayor preocupación por el logro de una eficiente producción de energía que traiga como propósito cubrir ese requerimiento de la población. La demanda de energía se encuentra en constante crecimiento ocasionando fuertes presiones por obtener una mayor oferta de energía a nivel global. Esto trae como consecuencia que los gobiernos de las diferentes naciones se encuentren en la búsqueda de mecanismos que les permitan obtener una mayor producción de energía, mientras que por otro lado, la diversificación de la matriz energética da opción a la obtención de energías alternativas, también conocidas como energías renovables. Alrededor de mundo han sido muchos los factores, ya sean estos ambientales, económicos y geopolíticos, que han llegado a motivar el financiamiento para la investigación de las fuentes de tipo energético que tienen el carácter de renovable y que puedan llegar a configurarse como una alternativa, frente a aquellas energías que provienen de los fósiles, el carbón, el gas o el petróleo.

Reconociendo la relevancia que tiene la energía para el desarrollo sostenible, la Asamblea General de las Naciones Unidas, proclamó, en el año 2012 como el Año Internacional de la Energía Sostenible, lo hizo a través de los gobiernos, las organizaciones y participación ciudadana, entre los objetivos que se pretende impulsar se encuentran los siguientes:

- Asegurar el acceso universal a servicios energéticos modernos: las Naciones Unidas han creado la Fundación Global Alliance for Clean Cookstoves, que impulsa la generalización de sistemas limpios y eficientes de cocinado para salvar personas, mejorar las condiciones de vida en general y de las mujeres en particular, y combatir el cambio climático.
- Doblar la tasa de mejora en eficiencia energética: gracias a ello se reducirá la cantidad de energía necesaria para iluminación u otras necesidades básicas. Por otra parte, una distribución más eficiente servirá para promover proyectos de desarrollo gracias a una energía que ahora se pierde o malgasta.
- Lograr que el 30% de la energía mundial sea renovable: tecnologías como la solar o la eólica reducen el impacto ambiental, llegan a zonas rurales aisladas y generan empleo.

Los diversos tratados internacionales y las políticas implementadas por cada país tratan de enriquecer las actividades mundiales encaminadas a mitigar el cambio climático y aprender a vivir con el mismo. Si bien resulta fundamental reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, la mitigación por sí sola no es suficiente es urgente contar con estrategias de adaptación, especialmente para los países en desarrollo que se presentan más vulnerables ante estos efectos (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2015).

Dentro de este aspecto destaca el uso de las energías renovables, las cuales de momento sustituyen de forma parcial a los combustibles fósiles, principalmente en los siguientes mercados: generación de electricidad, aplicaciones térmicas, carburantes para los transportes y servicios energéticos para las zonas rurales, especialmente en aquellos países que se encuentran en vías de desarrollo. El principal interés que se desprenden del uso de este tipo de fuentes energéticas es lograr una disminución de las emisiones de contaminantes, minimizar la dependencia energética y contribuir al crecimiento y desarrollo.

En el terreno del turismo el paradigma de sustentabilidad se ha convertido en un gran paraguas para mecanismos e instrumentos de financiamiento y promoción de proyectos de energía renovable (Briceda, Rincón, & Santander, 2007). Los servicios energéticos tienen un profundo efecto en todos los ámbitos, especialmente en la productividad, la salud, la educación, los servicios de comunicación entre otros. Energías como la fotovoltaica, el aerogenerador o los paneles solares, han venido siendo aplicados en los establecimientos y centros turísticos como hoteles, casa de turismo rural o camping para facilitar el ahorro y reducir la contaminación.

Es así que la gestión sostenible de los alojamientos turísticos es una gran oportunidad y donde la energía juega un papel destacado dentro de esta gestión sostenible, puesto que es un elemento diferencial de innovación y anticipación estratégica que aumenta la competitividad y la calidad de la empresa. En un escenario de progresivo agotamiento de los recursos energéticos fósiles, fundamentalmente el petróleo, la energía es cada vez más un factor fundamental para incrementar la competitividad económica. Por otra parte, las exigencias de la sociedad son cada vez mayores y más en un sector como el turístico donde la preservación del entorno puede ser uno de los factores que favorezca su aparición y fomente su desarrollo. Promover políticas de ahorro y de eficiencia energética y el uso de las energías renovables son claves para hacer los establecimientos turísticos más sostenibles económicamente y medioambientalmente.



Además del aprovechamiento en los lugares turísticos, también se menciona a los individuos que buscan ejercer el turismo de manera sostenible, aunando los términos de sostenibilidad, accesibilidad, conocimiento además de innovación tecnológica en torno a las zonas que decide visitar. No solo considera factores como la infraestructura del destino, sino que también visita lugares que fomenten el desarrollo eficiente y sostenible además de incrementar la calidad de vida de los residentes de dichos lugares (Edwards & Rodríguez, 2008). Esta actitud de algunos turistas es considerada ejemplar, es importante que se viva un cambio de hábitos, en las costumbres, algo que lamentablemente no puede darse a corto plazo pero con un adecuado impulso a las investigaciones y al desarrollo de estas fuentes de energía, que en la actualidad pueden no resultar comerciales frente a la gran divulgación de las energías fósiles, pero que con el tiempo contribuirán cubrir las necesidades de energía de la población.

Ecuador se ha convertido es uno de los países pioneros en Suramérica con respecto a avances en materia de energía renovables. Se han puesto en marcha y se han realizado grandes investigaciones para implementar proyectos de generación eólica en varios sectores del país y otros que intentan aprovechar la energía solar. Se han centrado también muchos esfuerzos en aprovechar el potencial hídrico donde se han realizado grandes proyectos e inversiones. En cuanto a la energía eólica esta se encuentra experimentando un acelerado crecimiento a partir del siglo XX y en Sudamérica, claro ejemplo de su implementación, lo componen países como Argentina, Brasil, Colombia y Perú. Los establecimientos turísticos han intentado aprovechar el uso de las energías sustentables, así como promocionar sus servicios como sostenibles con el medio ambiente, lo que ha contribuido en algunos casos al incremento de los turistas en estos lugares.

### **Metodología**

La información necesaria para la elaboración del presente informe fue obtenida de referencias bibliográficas, mediante la revisión de artículos científicos, así como también varios entes estatales del sector energético del Ecuador como el Ministerio de Electricidad y Energía Renovable (MEER), el Consejo Nacional de Electrificación (CONELEC), el Ministerio de Recursos No Renovables (MRNR), el Ministerio del Ambiente (MAE), entre otros. En el presente trabajo se analiza la relación de la producción de las energías renovables con el desarrollo del sector turístico. Analizar esta relación, resulta de relevante importancia para los gobiernos, debido a que en el contexto de las consecuencias del calentamiento global, el efecto invernadero y en la meta establecida por las naciones en la reducción de la temperatura mundial, el turismo sostenible puede convertirse también en generador de riqueza.

Antes de iniciar el análisis es pertinente considerar los siguientes aspectos:

Selección de las variables: Se tomará como variables de análisis las siguientes:

- Producción de energía renovable
- El promedio de consumo mensual de los clientes regulados en la provincia de El Oro, medidos en kilovatios
- El número de turistas que ingresaron a la provincia de El Oro, por vía terrestre, frontera en Huaquillas; por vía área, Aeropuerto de Santa Rosa; y por vía marítima; Puerto Bolívar.
- Estimación de ecuaciones: Se realizará la estimación de la ecuación considerando las variables ya descritas, con una muestra que inicia en el año 2004 año donde se encuentra información estadística del uso la producción de energías renovables. Siendo en total 156 observaciones que comprenden el periodo 2004 - 2016. No se posee información para al año 2017 con respecto a los kilovatios consumidos, según lo expresado por el Ministerio de Energía y Minas, esta información aún se encuentra en análisis y por el momento no ha sido publicada.
- La estimación de la ecuación fue realizada a través de una regresión lineal múltiple.

- Evaluación de los resultados: Se analizaron los coeficientes con el objetivo de determinar si existe algún tipo de relación entre la variable dependiente y las variables independientes. De esta manera es posible pronosticar los efectos que tendrían las variables. La elección de las variables de análisis se debe a la relación teórica que se mantiene con el consumo de energía y con la producción de energías renovables, así como también con el turismo.

### Resultados

Un aspecto que ha destacado en el crecimiento económico de los países que son considerados como en vías de desarrollo, es el uso intensivo de la energía. Este uso ocasiona una relación directa entre la acumulación de capital y la disponibilidad de fuentes de energía, teniendo grandes repercusiones sobre la producción. El suministro de energía debe incrementarse a la misma tasa que lo hace la demanda, y este aspecto es por lo general, ocasionado por los cambios estructurales que se experimentan a partir de la oferta tecnológica, esto es, mayor producción, con los mismos o menos recursos, logrando de esta manera la eficiencia total en el uso de los mismos y obteniendo el desplazamiento de la frontera de posibilidades de producción.

De esta manera el desplazamiento de esta frontera de producción se encuentra directamente relacionado con los factores de producción, donde el insumo de energía es cada vez más escaso y costoso. Con respecto a la relación del turismo con el PIB, este es un tema ampliamente discutido en la manera como el turismo contribuye al crecimiento de una economía, ya sea a nivel nacional o regional.

Es importante acotar que en la actualidad son aceptados los efectos positivos que tiene el turismo internacional en el crecimiento económico a largo plazo. Esta relación positiva se da en primer lugar porque el turismo es un sector que le provee de divisas a la economía y que también contribuye a la adquisición de bienes de capital, lo que contribuye al proceso productivo. La tabla 2 expone la representación de las variables:

**Tabla 5. Tabla de variables**

Variables	Representación
Producción energía renovable	PER
Constante	C
Consumo Kilovatios de energía	KWS
Turismo	TRM

Una vez establecida la tabla de las variables se procede a interpretar los resultados obtenidos en la ecuación: representada en la tabla 3.

**Tabla 6. Resultados de los coeficientes de regresión**

Dependent Variable: PER		
Method: Least Squares		

Included observations: 10				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-96634783	23234197	-4.159162	0.0042
KWS	1345.5	106104.4	2.981456	0.0205
TRM	60.2682	376.0515	0.692108	0.5112
R-squared	0.968197	Mean dependent var		70899567
Adjusted R-squared	0.890325	S.D. dependent var		18868873
S.E. of regression	6248837.	Akaike info criterion		34.37701
Sum squared resid	2.73E+14	Schwarz criterion		34.46779
Log likelihood	-168.8851	Hannan-Quinn criter.		34.27743
F-statistic	37.53043	Durbin-Watson stat		1.671983
Prob(F-statistic)	0.000181			

De acuerdo a los resultados obtenidos, se verifica que la constante es negativa es decir en situaciones donde no exista Producción de Energía Renovable (PER) el consumo de kilovatios de energía eléctrica es igual a 0, y la misma situación experimenta el turismo.

Recordando que los valores de promedio de kilovatios consumidos y el número de turistas pertenecen a la provincia de El Oro, se pronosticará como la provincia de El Oro contribuye en el consumo de energías renovables. De esta manera los coeficientes evidencian los siguiente: por cada unidad en kilovatio en promedio que consuman en energía los clientes regulados de la provincia de El Oro, la producción de energías renovables experimentará un aumento en 1345.5, mientras que con respecto al turismo, por cada persona que ingrese a la provincia de El Oro la producción de energía aumenta en 60.2682.

Como se observa en los gráficos obtenidos a partir de la ecuación de regresión múltiple existe un ajuste a la recta de regresión tanto para la variable Kilovatios como para la variable concerniente al turismo. De esta manera se establece que las variables sirven para explicar el modelo, principalmente por el hecho de que el R<sup>2</sup>, que es un indicador que mide la relación entre la variable dependiente y las variables independientes es de 0.968197, esto me indica que el ajuste de las variables es del 97% y que las variables independientes me permite explicar la variables dependiente.

Las variables analizadas son:

La producción de energías renovables, variable dependiente.

Y como variables independientes se encuentran el consumo de kilovatios de energía eléctrica y el turismo.

De la relación de las variables se obtienen los siguientes resultados:

C: es la constante se verifica que la contante es negativa (96634783) es decir en situaciones donde no exista Producción de Energía Renovable (PER) el consumo de kilovatios de energía eléctrica es igual a 0, y la misma situación experimenta el turismo.

Mientras que con las variables independientes se evidencia que:

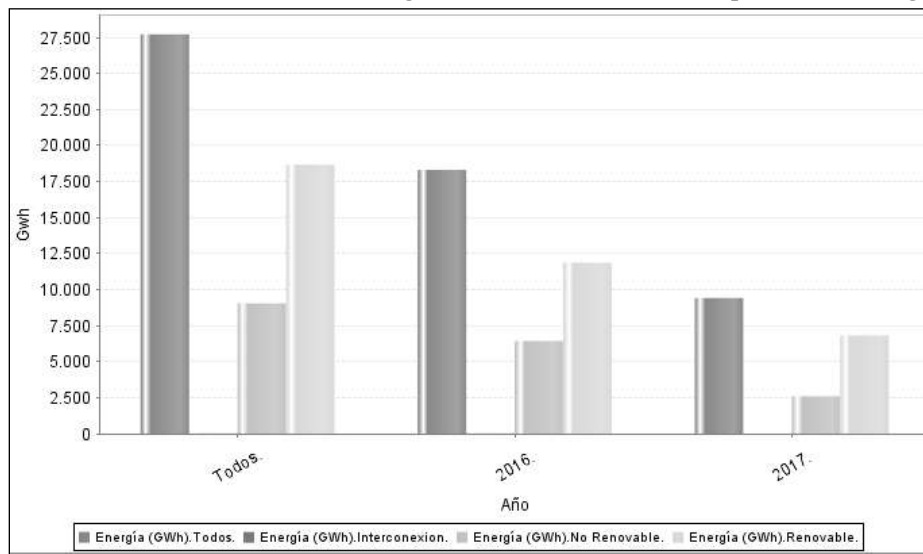
Por cada unidad en kilovatio en promedio que consuman en energía los clientes regulados de la provincia de El Oro, la producción de energías renovables experimentará un aumento en 1345.5, mientras que con respecto al turismo, por cada persona que ingrese a la provincia de El Oro la producción de energía aumenta en 60.2682.

Como se observa en los gráficos obtenidos a partir de la ecuación de regresión múltiple existe un ajuste a la recta de regresión tanto para la variable Kilovatios como para la variable concerniente al turismo. De esta manera

se establece que las variables sirven para explicar el modelo, principalmente por el hecho de que el R2, que es un indicador que mide la relación entre la variable dependiente y las variables independientes es de 0.968197, esto me indica que el ajuste de las variables es del 97% y que las variables independientes me permite explicar la variable dependiente.

Los resultados obtenidos ponen en evidencia lo que se expone en cuanto a la relación entre la producción de energía renovable, el consumo y el turismo. Esta relación también es de carácter positivo por cuanto el consumo de energías renovables se encuentra en aumento, esto se puede demostrar en la información proporcionada por la Agencia de Control y Regulación de Electricidad, datos que se muestran en la *Tabla 4*.

**Tabla 7.** Producción mensual de energía eléctrica a nivel nacional por fuente energética



La dependencia del crecimiento económico de las energías renovables pone en evidencia una problemática que se hará crítica en futuros años, varios comunicados provenientes de Europa, han planteado la competitividad del sector energético y así, a través de la inversión del sector privado, incentivar la promoción y utilización en el mercado energético de las energías renovables. Es claro, que las actividades de fomento no son suficientes para entregar mayor competitividad a las energías renovables razón por la que se requiere más ayuda gubernamental. Como se observa lo analizado en el modelo coincide con lo expuesto, es evidente el incremento de la producción de las energías renovables en el Ecuador gracias al apoyo gubernamental de los últimos 20 años, incluso superando las fuentes de energías fósiles, por lo que gran parte de las actividades domésticas, productivas y turísticas se realizan mediante el uso de energías provenientes de fuentes naturales.

El hecho de que se aproveche el uso de estas energías y el concepto de turismo sostenible para las comunidades rurales de la provincia de El Oro, es algo muy beneficioso. El turismo es un hecho social irreversible que genera una serie de interrelaciones e intercambios que tienen consecuencias de muchos tipos, pero fundamentalmente económicas y ahora también ecológicas, además tiene un efecto directo sobre la Balanza Comercial, balanza que suele ser favorable. El Turismo Interno, o sean los viajes que hacen los nacionales de un país dentro de su propio territorio, genera beneficios comparables a la balanza comercial pues distribuye el ingreso, ya que el dinero ganado en una zona se gasta en otra, mejorando las condiciones de vida de las comunidades locales.

## Conclusiones

En la actualidad las energías renovables se han establecido a nivel mundial como una de las principales fuentes de energía, su crecimiento ha sido impulsado por diversos factores donde se incluye el aumento de la rentabilidad de las energías renovables, las políticas aplicadas en los países, leyes de cuidado al medio ambiente, una mayor demanda de energías limpias. Como consecuencia de esto en los países en desarrollo están surgiendo mercados nuevos, tanto para la energía renovable centralizada como para la distribuida.

En el Ecuador la estrategia para la implementación de este tipo de energías se fundamentó en varias medidas que se encontraban dirigidas a asegurar el desarrollo sustentable del sector eléctrico ecuatoriano promoviendo el consumo de energías limpias y de esta manera reduciendo la dependencia de las energías fósiles.

El crecimiento económico y social del Ecuador, el avance y desarrollo de la industria, la tecnología y la evolución de los estilos de vida de la población hacen indispensable la planificación estratégica permanente del sector energético. Los hidrocarburos, la electricidad y la energía renovable requieren ser tratadas íntegramente bajo una política que estimule el uso eficiente de los recursos y el ahorro. Todo, con el objetivo de garantizar el abastecimiento de energía en el corto, mediano y largo plazo que permita satisfacer la demanda de las presentes y futuras generaciones.

Siempre se ha manifestado un patrón de especialización primario – exportador con la exportación de petróleo y la importación de bienes con valor agregado (derivados del petróleo), ante lo cual se hizo evidente del necesidad de implementar una política de diversificación de la matriz energética basada en el incremento de la producción de energía de fuentes renovables (hidroelectricidad), promoviendo la producción y procesamiento interno de petróleo y gas natural y establecer una gestión adecuada de la demanda de energía. En cuanto a la demanda de energía, se busca incrementar el acceso a los servicios energéticos, promover el ahorro y el uso eficiente de energía, fomentar la sustitución progresiva hacia la electrificación en el sector transporte, industria y residencial.

Existe una gran variedad de fuentes de energía alternativa, conocidas como renovables, como ha quedado demostrado en el presente trabajo, el consumo de energía se encuentra directamente relacionado al progreso y desarrollo de las regiones, razón por demás suficiente para que los gobernantes de las naciones establezcan relaciones entre crecimiento y desarrollo sustentable, sustituyendo fuentes de energías fósiles por aquellas más amigables al medio ambiente y a la producción.

En el Ecuador, según la investigación realizada existe una alta potencialidad el uso de diferentes fuentes de energía renovable, las cuales pueden ser perfectamente incorporadas al sector turístico y logrando un desarrollo del sector. Existen evidencias de que el sector turístico es uno de los que más esfuerzos se encuentran realizando para utilizar energías provenientes de fuentes renovables con el propósito de reducir cualquier impacto ambiental, además del interés por el que el ecosistema se mantenga con el objetivo de mantener el interés turístico.

### **Referencias bibliograficas**

- Comemos combustibles fósiles. Allen, D. Santiago de Chile, Chile. Revista de la Universidad Bolivariana.  
Combustibles fósiles y contaminación. Reyes, P. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.  
Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. Ferrari, L. México D.F., México  
Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las

comunidades rurales. Jiménez, T. México D.F., México. Energética

Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe. Coviello, M. Santiago de Chile: CEPAL.

Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas. Vásquez, H., & Dacosta, O. México D.F., México. Ingeniería Investigación y Tecnología.

Fuentes de energía. Roldán, J., & Roldán, J. Lima, Perú. Editorial Paraninfo.

Las energías renovables en la actividad turística. Innovaciones hacia la sostenibilidad. Lastra, X., Coloma, J., Espinossa, D., & Herrera, F. Cali, Colombia. Siembra.

Las energías renovables. Merino, L. Madrid, España. Energías Renovables para todos.

La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles. González, J. México D.F., México. Divulgación.

La geopolítica del gas natural. Klare, M. Madrid, España. Papeles.

Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes. Edwards, S., & Rodríguez, A. Quito, Ecuador. Conservación Internacional.

Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador. Stielor, U. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>

Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Roma, Italia: FAO.

Reservas mundiales. Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. Valencia, España. CEIDA.

Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe. Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. México D.F. México: Teoría y Praxis.

# Lineamientos estratégicos para el fomento de los emprendimientos turísticos en Ecuador

**José Álvarez Román**

Universidad Nacional de Chimborazo  
Universidad Nacional Mayor de San Marcos  
jalvarez@unach.edu.ec

**María José Álvarez Verdezoto**

Gerente Propietaria Empresa DistriSnacks  
mjav2004@hotmail.com

**Diego Calvopiña Andrade**

Universidad Nacional de Chimborazo  
dcalvopina@unach.edu.ec

## Resumen

El objetivo fue determinar los lineamientos estratégicos para el fomento de los emprendimientos turísticos en Ecuador. La investigación fue correlacional, el diseño del estudio parte de una revisión bibliográfica especializada para establecer los factores y variables determinantes de la actividad emprendedora. Se utilizó técnicas de análisis cuantitativo en un estudio de caso. El tamaño de la muestra fue de 30 expertos en emprendimientos turísticos. Para reducir las variables, se efectuó el análisis factorial confirmatorio y las hipótesis se contrastaron a través del análisis de regresión logística que permitió plantear un modelo con los factores y variables determinantes compuesto por cuatro dimensiones: emprendedor, entorno turístico, entorno institucional y proceso de planificación. Finalmente se propone los lineamientos estratégicos para el fomento de los emprendimientos turísticos, con el fin de orientar la generación de política pública para promover la actividad emprendedora en el ámbito turístico.

**Palabras claves:** Factores, emprendimiento turístico, lineamientos estratégicos.

## Abstract

The objective was to determine the strategic guidelines for the promotion of tourism ventures in Ecuador. The research is correlational; the study design starts from a specialized bibliographic review to establish the factors and variables that determine the entrepreneurial activity. Quantitative analysis techniques were used in a case study. The size of the sample was 30 experts in tourism ventures. In order to reduce the variables, the confirmatory factor analysis was carried out and the hypotheses were tested through a logistic regression analysis that allowed to propose a model with the factors and determinants variables composed of four dimensions: entrepreneur, tourist environment, institutional environment and planning process. Finally, strategic guidelines are proposed for the promotion of tourism enterprises, in order to guide the generation of public politics to promote entrepreneurship in the tourism sector.

**Keywords:** Factors, tourism entrepreneurship, strategic guidelines.

## Introducción

En las actuales condiciones del entorno turístico ecuatoriano, es muy difícil generar nuevos emprendimientos por las limitaciones del sistema. Sin duda, el problema es sistémico y lo debemos enfocar desde una perspectiva global que considere al emprendedor, entorno turístico, entorno institucional y procesos de planificación.

Ecuador muestra el índice motivacional más bajo de la región puesto que aún existe una proporción importante de emprendedores motivados por la necesidad. Mujeres y hombres emprenden casi por igual, aun cuando se observa mayor proporción de mujeres emprendiendo por necesidad. El comercio al detalle continúa siendo la actividad predominante de los negocios. Los resultados del GEM Ecuador 2015 mostraban indicios de mejora en la calidad de los emprendimientos, sin embargo este patrón no se mantiene en 2016, cuando en términos de crecimiento en empleo, internacionalización, uso de tecnología, e innovación, los emprendedores y los negocios se muestran muy conservadores (GEM, 2017).

El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, se convierte en el documento rector de las políticas públicas para el Ecuador, subraya a través de su décimo objetivo la necesidad del cambio de matriz productiva, impulsando sectores como la industria, la innovación en el sector agrario, los servicios de alto valor añadido o el desarrollo turístico. Todo ello bajo la premisa de la innovación y el conocimiento (SENPLADES, 2013). Sin embargo, el emprendimiento en Ecuador, aún no cuenta con un escenario adecuado para su desarrollo sostenible.

De acuerdo con Sunkel y Paz (2000), el desarrollo significa lograr una creciente eficacia en la manipulación creadora de su medio ambiente, tecnológico, cultural y social, así como sus relaciones con otras unidades políticas y geográficas. Es un proceso que implica crecimiento, avance y progreso, con el objetivo de aumentar las capacidades humanas, agrandar el alcance de las opciones de los seres humanos y crear un ambiente confiable y seguro donde los ciudadanos puedan vivir con dignidad e igualdad.

La decisión de crear una empresa y convertirse en emprendedor ha sido explicada por la literatura científica por la intervención de tres categorías de factores. La primera categoría se refiere a las características personales, sus expectativas, motivaciones, percepciones, habilidades y conocimiento. La segunda concierne a las características de las organizaciones en las cuales el emprendedor ha desarrollado su actividad profesional con anterioridad. La tercera está relacionada con los factores ambientales o del entorno, como es el clima social. Lafuente y Salas (1989) demuestran empíricamente a partir de su estudio que existe una relación entre las expectativas de trabajo y las tendencias emprendedoras.

Sexton y Similor (1986) realizan un análisis de los factores que hacen que un individuo sea emprendedor e identifican tres ejes o escuelas: el eje personal (genética, educación, entorno familiar), el eje social (circunstancias étnicas, desplazamiento, entorno geográfico e industrial) y el reticular (acceso a recursos).

Veciana (1999) identifica y estudia cuatro factores de éxito de las nuevas empresas. Uno de ellos está directamente relacionado con las diferentes capacidades estratégicas y directivas del empresario e incluye la raza y género, la ocupación de los padres, la formación como empresarios y la experiencia previa en la creación de empresas.

La iniciativa y emprendimiento en el sector turismo puede darse en múltiples áreas y de variadas formas; pero, como toda actividad en la era de la globalización, el turismo se encuentra en una situación de constante cambio desde hace algunas décadas. Estos cambios que afrontan los destinos turísticos, no sólo están orientados a satisfacer las nuevas tendencias y exigencias de la demanda, sino también lograr niveles adecuados frente a la competencia de la oferta turística en cuanto a sus modos de organización y producción, donde la calidad juega un papel fundamental en la gestión de toda empresa de servicios turísticos. No olvidar que cuando un cliente compra, no sólo compra productos y servicios, compra deseos (DIRCETUR, 1999).



Porter (1990) define la competitividad de un territorio de acuerdo con el desarrollo económico, distinguiendo tres estados específicos (factor-driven stage, efficiency-driven stage e innovation-driven stage). Los países que se encuentran en la fase “factor-driven stage” compiten por las eficiencias de los bajos costes de producción de bienes y por los productos de bajo valor añadido. Este primer estado está marcado por las elevadas tasas de autoempleo, pequeñas empresas productoras y de servicios. Estos países no crean conocimiento para la innovación.

El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad – MCPEC (2011), en la Agenda para la Transformación Productiva de la provincia de Chimborazo, tiene como objetivo potenciar el desarrollo endógeno (desarrollo que se ajusta a la naturaleza de un territorio) para construir una zona más competitiva, más equitativa y con mayores oportunidades en los mercados interno y externo. Las sinergias entre los agentes son un componente esencial para activar la producción, a través de factores relacionados con el conocimiento y la innovación. El grupo de negocios turísticos proyectados y que deben desarrollarse en la provincia de Chimborazo son: turismo ecológico y de aventura, turismo de observación, turismo etnológico y arqueológico, turismo de salud y comunitario.

La hipótesis que orientó el trabajo de investigación, “los factores y variables del emprendedor, entorno turístico, entorno institucional y proceso de planificación influyen positivamente en la probabilidad de desarrollo de emprendimientos turísticos”, fue demostrada a través del análisis factorial confirmatorio y del análisis de regresión logístico para luego definir los lineamientos estratégicos.

### **Importancia del problema**

El emprendimiento turístico en Ecuador, es un problema de actualidad y de trascendencia social y económica que requiere de soluciones urgentes. Se evidencian problemas como el desconocimiento de oportunidades de negocio, inexistencia de estudios de mercado, difícil acceso al financiamiento, excesiva burocracia, presión del Estado para el pago de impuestos, entre los más importantes.

Se observa la incidencia de la falta de apoyo financiero para emprendedores como una de las debilidades del ecosistema emprendedor, en la elevada proporción de emprendedores que utilizan recursos propios, de familiares y amigos y otras fuentes informales. Particularmente, la dependencia de recursos propios se ha incrementado significativamente entre 2015 y 2016 (GEM, 2017).

Entre los requerimientos más importantes que tienen los emprendedores es disponer de un proyecto o plan de negocios que sea factible, rentable y sostenible, que garantice el éxito del emprendimiento en el futuro y que permita acceder al financiamiento. La articulación institucional a través de la incubadora de emprendimientos es fundamental. Las universidades, instituciones públicas, instituciones privadas y comunidad deben trabajar de manera conjunta con objetivos comunes y una planificación estratégica para desarrollar el emprendimiento, de tal manera que el emprendedor cuente con un equipo capaz de ejecutar el proyecto, realizar el monitoreo y la evaluación de su emprendimiento.

En esta investigación se desea profundizar en la problemática del emprendimiento turístico y determinar los factores y lineamientos estratégicos que orienten el desarrollo exitoso de los emprendimientos en un escenario prospectivo y colaborativo entre las instituciones interesadas como: Universidad Nacional de Chimborazo, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Riobamba y Ministerio de Turismo Zona 3.

## **Metodología**

La investigación es correlacional y explicativa, tuvo como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más variables, en un contexto en particular. Al saber que dos conceptos o variables están relacionados se aporta cierta información explicativa. Cuanto mayor número de variables sean correlacionadas en un estudio y mayor sea la fuerza de las relaciones más completa será la explicación (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2010).

El diseño de la investigación parte del problema de investigación, las hipótesis, metodología, análisis predictivo (modelo corregido de factores determinantes y lineamientos estratégicos para el desarrollo de emprendimientos turísticos) y conclusiones.

El tamaño de muestra fue 30 expertos en el tema de emprendimientos turísticos. Las encuestas fueron validadas inicialmente por cuatro expertos y luego mediante Alpha de Cronbach. Utilizando el programa informático SPSS, se elaboró una base de datos para procesar la información. El análisis factorial confirmatorio y el análisis de regresión logístico permitió determinar si las variables y factores influyen en el desarrollo de emprendimientos turístico para finalmente proponer los lineamientos estratégicos.

## **Resultados**

A partir de la formulación de las diferentes hipótesis planteadas, se propone un modelo de factores determinantes de la creación de emprendimientos turísticos en las fases de concepción, gestación, acción y creación del emprendimiento. Posteriormente, a partir de este modelo se contrastarán empíricamente la influencia de los factores y variables correspondientes al emprendedor, al entorno turístico e institucional y al proceso de creación del emprendimiento.

### **Análisis factorial: reducción de variables**

Con el propósito de reducir las 87 variables consideradas en el cuestionario y que fueron consultados a 30 expertos en migración internacional y emprendimientos turísticos. El objeto de este análisis es disminuir el número de variables utilizadas en el cuestionario y agruparlas de acuerdo a ciertas características internas relacionadas y concretas, para esto se ha realizado un análisis factorial confirmatorio. Se utiliza el método de componentes principales con una rotación varimax. La rotación ortogonal de los factores trata de minimizar el número de variables con saturaciones altas en un factor. El propósito es obtener variables fuertemente correlacionadas entre sí y que tengan saturaciones altas sobre un mismo factor.

El análisis se realiza de manera separada para las variables agrupadas en las cuatro dimensiones: emprendedor, entorno turístico, entorno institucional y proceso de planificación. Considerando que el proceso es muy amplio y complejo, se desarrollará en este apartado sólo con fines explicativos, el análisis factorial de las variables del entorno turístico en el ámbito administrativo, para lo cual se considera las variables originales del cuestionario. La prueba de Bartlett tiene un valor de 0,749 que es un valor aceptable y su nivel de significación es 0,000; en consecuencia, se rechaza la hipótesis de incorrelación de las variables originales. Se justifica la adecuación del análisis factorial por cuanto el resultado de KMO es superior a 0,5 generalmente aceptado.

Se utiliza el método de Káiser que calcula tantos factores como autovalores mayores que 1 existan. La regla de Káiser proporciona una estructura factorial con dos factores que explican el 62,123% de la varianza total. El tercer valor se encuentra muy próximo a 1 y proporciona un factor que determina el 9,948% de la varianza, en

consecuencia, se decide incluirlo también en la estructura factorial. Es decir, la estructura factorial se compone de tres factores que explican el 72,071% de la varianza total.

Con el fin de clarificar la estructura factorial sin perder poder explicativo, se realiza una rotación ortogonal de ejes. Se trabajó con el método Varimax (método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor).

**Cuadro 1.** Variables agregadas para el modelo logístico.

Nombre original De los constructos		Nombre de las Variables agregadas	
Código	Variables del entorno administrativo	Código	Factor
V001	Gestión de destino con enfoque sostenible	X <sub>1</sub>	Gestión del destino
V002	Especialización por funciones en la gestión del destino		
V003	Competencias gerenciales		
V004	Asociatividad empresarial		
V005	Fomento		
V006	Seguridad turística	X <sub>2</sub>	Seguridad y servicios
V007	Servicios públicos		
V008	Mapa de actores en turismo	X <sub>3</sub>	Mapa de actores en turismo

**Fuente:** Autores

El factor 1, se encuentra asociado con las variables: gestión de destino con enfoque sostenible, especialización por funciones en la gestión del destino, competencias gerenciales, asociatividad empresarial y fomento. Tiene un poder explicativo del 46,266% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será gestión del destino, por tener una saturación elevada.

El factor 2, está asociado con las variables: seguridad turística y servicios públicos. Tiene un poder explicativo del 15,857% de la varianza total. Por lo que el nombre de este factor será seguridad y servicios, por tener una saturación elevada.

El factor 3, asociado con la variable mapa de actores en turismo, cuyo poder explicativo del 9,948% de la varianza total.

### **Análisis de regresión logística**

Con el fin de determinar las variables que influyen en la creación de los emprendimientos turísticos, se ha desarrollado el análisis de regresión logística, también conocido como análisis logit. Es un modelo estadístico que permite conocer la relación entre: una variable dependiente cualitativa dicotómica, que posee dos categorías: (1) Si influye en la creación del emprendimiento, y (0) No influye en la creación del emprendimiento y las demás variables independientes son de naturaleza categórica y métrica.

El análisis logit se realiza en cuatro escenarios: a) factores y variables del emprendedor, b) factores y variables del entorno turístico, c) factores y variables del entorno institucional, d) factores y variables del proceso de

planificación. Con el fin de conocer el proceso, a continuación se realiza el análisis de regresión logística del entorno administrativo.

Los coeficientes de determinación tienen los siguientes valores: logaritmo de la verosimilitud -2 (13,103), se ajusta muy bien por cuanto el valor es pequeño; mientras el valor de R cuadrado de Nagelkerke (0,721) pone de manifiesto que es un modelo bueno, por cuanto se acerca a 1.

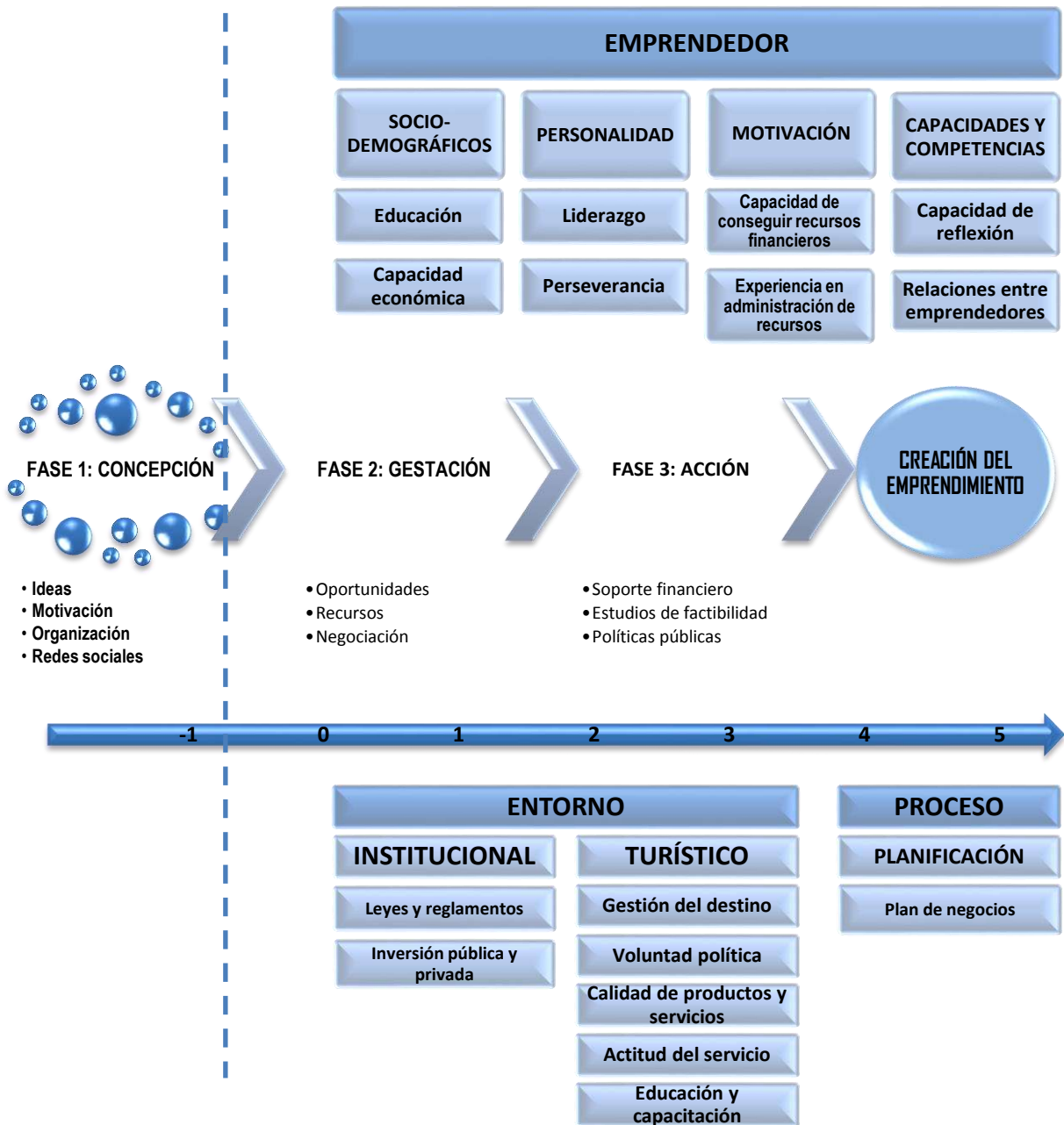
La prueba de Hosmer y Lemeshow es otra prueba para evaluar la bondad del ajuste de un modelo de regresión logística (RL). Se dice que el ajuste es bueno, cuando el valor de la probabilidad predicha ( $p$ ) es alto, es decir, cercano a 1 de la variable binomial dependiente, en este caso el nivel de significación es 0,934 en consecuencia el ajuste es excelente. En la tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow, existe gran similitud entre los valores observados y esperados, por lo que se concluye que la bondad de ajuste resulta excelente. De la tabla de clasificación, se desprende que el modelo tiene una especificidad del 95,7% y una sensibilidad del 85,7%.

Finalmente, se obtuvo las variables de la ecuación, los coeficientes de regresión con sus correspondientes errores estándar (ET), el valor del estadístico de Wald para evaluar la hipótesis nula ( $\pi_i = 0$ ), la significación estadística asociada, y el valor de  $\text{Exp}(\beta_i)$  con sus intervalos de confianza. De las tres variables independientes explicativas consideradas en el análisis estadístico, sólo una resultó ser significativa, al nivel del 0,05; Es decir, *gestión del destino* ( $X_1$ ), es la variable que se encuentra en el modelo de regresión logístico, posee un coeficiente con signo positivo, lo cual indica que influye favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos. La ecuación de probabilidad de influencia  $p(i)$  para las variables del entorno administrativo es:

$$p[i] = \frac{1}{1 + (2,7182818 \dots)^{(15,157 - 4,453X_1)}} \quad (1)$$

Finalmente, se propone el modelo corregido de factores determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos, como resultado del análisis factorial exploratorio, análisis de regresión logístico y la contrastación de las hipótesis planteadas en la investigación.

**Figura 1.** Modelo de factores determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos.



Fuente: Autores

### Lineamientos estratégicos del emprendedor

#### Educación

Es necesario contar con la participación de todos los agentes educativos como: sociedad, organizaciones, instituciones públicas y privadas. Se requiere incorporar el emprendimiento en el currículo, capacitar a los profesores y apoyar a los centros educativos, con el objetivo de garantizar que los estudiantes puedan adquirir y desarrollar competencias de manera coherente y progresiva. Las estrategias tienen en cuenta la intervención progresiva en las diferentes etapas del sistema educativo.

**Líneas de acción:** Desarrollar política pública para la educación emprendedora. Incorporar en el currículo el emprendimiento. Formar y capacitar a la planta docente del sistema educativo. Incorporar una metodología activa desde la educación básica hasta la educación superior. Desarrollar el espíritu emprendedor como competencia clave en todas las áreas del currículo. Articular el trabajo interinstitucional para potenciar el emprendimiento. Plantear objetivos claros, visionarios y ambiciosos. Integrar y apoyar el emprendimiento con ejemplos exitosos. Desarrollar un sistema para el diseño, gestión y evaluación de emprendimientos. Elaborar un modelo lógico que incluya indicadores, resultados e impacto esperado. Destinar los fondos suficientes para desarrollar emprendimientos.

### **Capacidad económica del emprendedor**

Las oportunidades para el desarrollo del emprendimiento son múltiples, sin embargo tener el conocimiento no es suficiente. Las barreras van desde restricciones legales e impedimentos a la inexistencia de disponibilidad de financiación en la fase temprana o a una tradición social e institucional que desalienta la actividad emprendedora y también al estigma asociado a actividades emprendedoras fallidas.

**Líneas de acción:** Educar para el ahorro personal y social. Generar programas de capacitación que motiven el ahorro. Motivar el ahorro a través de campañas de sensibilización. Identificar socios que aporten con capital propio. Contactar con organizaciones públicas o privadas que apoyen al emprendimiento. Maximizar los ingresos actuales. Inculcar una cultura de ahorro e inversión disciplinada, aprender a controlar el gasto. Priorizar y valorar la inversión. Optimizar el capital de trabajo. Buscar un espacio de coworking, talleres, incubación de proyectos y eventos de networking donde se puede generar ideas innovadoras.

### **Liderazgo y perseverancia**

El liderazgo es el arte de influenciar, comandar y conducir a un grupo de personas. Una actitud de liderazgo puede surgir cuando se trabaja con un equipo de personas, atrayendo seguidores, influenciando positivamente las actitudes y los comportamientos de estos, e incentivándolos para trabajar por un objetivo común. La perseverancia y compromiso son valores humanos fundamentales que permiten al individuo no rendirse y continuar hacia adelante a pesar de las dificultades, los obstáculos, la frustración y el desánimo.

**Líneas de acción:** Crear un plan de capacitación para desarrollar el liderazgo. Fomentar el liderazgo en el sistema educativo formal. Definir el modelo de unidad de liderazgo (líder-líder), donde todos los líderes tienen una fuente común que emana su liderazgo. Establecer el modelo de liderazgo por participación, concepción vertical (jefe-colaborador) del liderazgo a lo largo de la cadena de mando. A su vez, el líder-colaborador participa en el liderazgo del jefe impulsando la misión y visión de la organización. Impulsar el modelo del liderazgo sinérgico, donde el liderazgo se mantiene y refuerza gracias al liderazgo de los otros miembros de la organización.

### **Motivación**

Más allá de los incentivos externos que los gobiernos y otros organismos crean para fomentarlo, el proceso de creación del emprendimiento está determinado en mayor medida por la percepción del individuo tanto a nivel interno (objetivos y capacidades) como de la viabilidad externa. El emprendedor se siente motivado cuando tiene experiencia en administrar recursos humanos y financieros, estos conocimientos se adquirieron a partir de vivencias u observaciones en trabajos anteriores.

**Líneas de acción:** Lanzamiento de una campaña nacional que motive el emprendimiento a través de las redes sociales. Elaborar un manual para el desarrollo de emprendimientos. Producción de videos y presentaciones de

alto impacto para motivar el emprendimiento. Organizar conferencias de motivación con emprendedores exitosos. Orientar y desarrollar ideas de negocio. Difundir programas de televisión, radio e internet, donde se enfoquen temas de emprendimiento y motivación al logro. Organizar ruedas de negocios para establecer interacciones con el Estado, banca pública, emprendedores y empresarios. Apoyar las ideas de negocios por parte de la banca pública y del Estado.

### **Desarrollo de capacidades y competencias**

Kaplan (2003), de la Universidad de Stanford, identifica cinco competencias críticas que requieren los emprendedores: a) liderazgo, capacidad de construir consenso frente a la incertidumbre; b) comunicación, habilidad para generar mensajes claros y consistentes; c) toma de decisiones, saber cuándo tomar decisiones; d) trabajo en equipo, saber cuándo confiar y cuándo delegar; e) capacidad de abstracción, ser capaz de concentrarse en los detalles y luego abstraerse para analizar la realidad completa.

**Líneas de acción:** Desarrollar un sistema de capacitación para el desarrollo de capacidades y competencias profesionales con la participación interinstitucional. Programa de capacitación profesional por parte del Ministerio de Turismo. Establecer alianzas con universidades y centros de capacitación especializados. Crear un fondo de becas para apoyar la formación de capacidades profesionales.

### **Lineamientos estratégicos del entorno turístico**

#### **Gestión del destino**

En la actual sociedad del conocimiento y la información, la actividad turística está sujeta a cambios profundos y complejos que obliga a un proceso sistemático de mejora continua en la adopción e implementación de las políticas y estrategias.

**Líneas de acción:** Desarrollar política turística para los destinos turísticos. Elaborar un sistema de información y conocimiento. Manejar la competitividad y sostenibilidad turística. Organizar y gestionar del destino turístico. Diseñar instrumentos para el seguimiento y medición de resultados. Diseñar, gestionar y evaluar proyectos turísticos. Elaborar la planificación y estrategia de los destinos turísticos. Desarrollar el marketing estratégico en los destinos turísticos. Manejar inteligencia de mercado. Creación e innovación del producto turístico. Desarrollar la marca turística. Promoción del destino y del producto turístico. Comunicación de los destinos turísticos.

#### **Calidad de productos y servicios**

La tendencia mundial del mercado turístico se orienta a la generación de cambios permanentes de la oferta y servicios turísticos y se requiere que los emprendimientos se adapten a estos nuevos requerimientos del entorno global, contribuyendo a mejorar la competitividad a nivel nacional e internacional.

**Líneas de acción:** Implementar un sistema de gestión de la calidad turística. Elaborar e implementar planes de calidad para el sector de servicios turísticos. Desarrollar la cultura de calidad en los prestadores de servicio y la ciudadanía. Realizar un análisis de la oferta turística a nivel local, nacional e internacional. Determinar la calidad de productos y servicios turísticos. Establecer la cadena de valor. Elaborar el plan de desarrollo turístico. Diseñar la imagen del producto turístico para cada segmento.

#### **Capacitación del talento humano**

El capital humano es el recurso más importante que tiene un país, institución u organización, en consecuencia su capacitación resulta fundamental para el éxito de los emprendimientos turísticos.

**Líneas de acción:** Diseñar una campaña de sensibilización para niños y jóvenes que se educan en instituciones educativas formales. Elaborar programas curriculares que incluyan contenidos de turismo. Crear en las universidades núcleos de investigación en temas turísticos. Implementar programas de certificación en competencias laborales turísticas. Capacitación mediante programas de formación continua en lenguas. Capacitar en conocimientos específicos a los servidores públicos y privados. Desarrollar acciones enfocadas a actividades artísticas, ecológicas, intelectuales, artesanales y deportivas.

#### **Fomento de la cultura emprendedora**

La cultura emprendedora consiste en identificar las oportunidades y reunir los recursos suficientes para transformarlas en una empresa. Pero no sólo se trata de tener una idea, el emprendimiento supone una actitud: desarrollar capacidades para el cambio, experimentar, ser flexible y abierto y sobre todo, arriesgarse.

**Líneas de acción:** La enseñanza debe estar articulada a competencias orientadas hacia el sentido de la iniciativa y emprendimiento. El conocimiento será orientado al contexto de aplicación económico, social, cultural y regional. La gobernanza tendrá en cuenta: la gestión horizontal y en red (gestión social del conocimiento: articulación de recursos, individuos, organizaciones y agendas locales y globales de conocimiento). La calidad relacional: proceso integrado multinivel (individuos, grupos y redes), multicriterio (calidad, conectividad y pertinencia social) y multiagente (pares académicos, usuarios y pares sociales). Fomento de redes heterogéneas de conocimiento y aprendizaje. Diseñar e implementar campañas de sensibilización para promover la cultura emprendedora. Diseñar e implementar estrategias de comunicación y difusión a través de los medios de comunicación. Crear espacios de colaboración entre emprendedores para intercambiar experiencias, conocimientos y habilidades. Desarrollar ferias de promoción del emprendimiento.

#### **Lineamientos estratégicos del entorno institucional**

##### **Articulación institucional**

Tiene el propósito de establecer alianzas estratégicas entre universidades e instituciones públicas y privadas, con el fin de articular la gestión administrativa, planificación y desarrollo de actividades turísticas.

**Líneas de acción:** Elaborar el plan de desarrollo estratégico turístico. Liderar los procesos de organización interinstitucional para el desarrollo de la competitividad y fortalecimiento del sector turístico. Articular iniciativas de cooperación interinstitucional para la generación de proyectos y emprendimientos turísticos. Crear un comité de carácter mixto que se encargue de la implementación de planes, programas, proyectos y emprendimientos para el desarrollo turístico.

##### **Alianzas estratégicas**

Establecer alianzas estratégicas entre instituciones públicas-privadas-academia, con el propósito de articular las acciones necesarias donde se identifiquen los roles, responsabilidades y sinergias.

**Líneas de acción:** Establecer convenios de cooperación interinstitucional entre instituciones públicas, privadas y la academia. Manejar esquemas armonizados de planes de negocio. Comprometer a las instituciones públicas para que legislen y asignen recursos para el desarrollo de emprendimientos. Buscar apoyo en la academia para la investigación, innovación y diseño de emprendimientos productivos. Facilitar la creación de pequeños y



medianos emprendimientos, por medio de programas de simplificación de trámites, reducción de costos y exenciones tributarias. Implementar una plataforma virtual y física para la difusión de productos y servicios. Desarrollar programas de responsabilidad social para que los emprendimientos reciban capacitación especializada de expertos y emprendedores exitosos.

#### **Fortalecimiento de capacidades institucionales**

La capacitación y asignación de recursos permitirá el desarrollo de programas con nuevas tecnologías y herramientas para la generación de emprendimientos.

**Líneas de acción:** Planificar la asignación de recursos institucionales para capacitación e implementación de la planta física y tecnológica. Diseñar programas para la creación de nuevos emprendimientos. Realizar talleres y eventos de promoción del emprendimiento, con el fin de capacitar en nuevas metodologías de negocios y difusión de emprendimientos exitosos.

#### **Incubadora de emprendimientos turísticos**

Crear la “Incubadora de emprendimientos turísticos” en las universidades del país, la misma que se conforma por instituciones públicas (Ministerio de Turismo, Gobiernos Autónomos Descentralizados Provinciales, BanEcuador, Corporación Financiera Nacional), instituciones privadas (Comunidad organizada, Cooperativas de Ahorro y Crédito, ONGs) y Universidades. Tiene como finalidad fomentar, diseñar, articular, implementar, acompañar y evaluar los emprendimientos productivos.

**Líneas de acción:** Elaborar el proyecto de creación de la “Incubadora de Emprendimientos”. Establecer funciones y compromisos de las instituciones públicas, privadas y academia. Desarrollar estudios de mercado para identificar oportunidades de negocio. Desarrollar la educación emprendedora al interior de los centros educativos. Contribuir al desarrollo socioeconómico mediante la creación de emprendimientos, la generación de ingresos y de fuentes de empleo. Promover la vocación emprendedora y el desarrollo empresarial, mediante el fortalecimiento de la competitividad y el posicionamiento en el mercado. Proveer servicios de asistencia técnica y de soporte a emprendimientos, a través de identificación de necesidades y oportunidades de apoyo. Acelerar la consolidación del emprendimiento, ayudándoles a superar rápidamente las barreras técnicas, gerenciales y de mercado. Fortalecer la capacidad emprendedora ofreciendo un ambiente apropiado para su desarrollo y crecimiento. Optimizar y reducir costos para los emprendimientos. Facilitar el acceso a fuentes de financiamiento y recursos. Promover la difusión, comercialización y asociatividad entre emprendedores.

#### **Plataforma tecnológica de comunicación**

Diseñar una plataforma tecnológica que facilite el acceso de emprendedores y responsables institucionales para coordinar las actividades y el trabajo interinstitucional de apoyo al emprendimiento.

**Líneas de acción:** Diseñar e implementar una plataforma virtual para dinamizar el ecosistema emprendedor. Ofertar servicios de capacitación y asesoría en línea para emprendedores. Implementar la bolsa de trabajo. Crear un expediente digital para cada emprendedor que permitirá acceder a servicios financieros, de apoyo y acompañamiento de los emprendimientos.

#### **Articulación de instituciones financieras**

Siendo el financiamiento uno de los factores determinantes en el desarrollo de emprendimientos en Ecuador, es necesario articular las instituciones financieras.

**Líneas de acción:** Establecer convenios de cooperación con instituciones financieras para motivar el emprendimiento. Desarrollar un programa para financiar nuevos emprendimientos con capital de riesgo. Crear programas para financiar emprendimientos por oportunidad con capital semilla. Promover la participación de ángeles inversores en la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos. Revisar y solicitar la modificación de marcos legales que obstaculizan los créditos para el emprendimiento. Coordinar actividades de capacitación y orientación en las líneas de crédito que dispone la institución financiera. Contribuir con el diseño de nuevas líneas de crédito para emprendimientos productivos. Asesorar en la inversión y análisis financiero en el diseño de nuevos proyectos de emprendimiento. Flexibilizar las garantías para el crédito de emprendimientos que inician o se encuentran en la etapa de desarrollo.

### **Conclusiones**

Mediante el análisis factorial se logró reducir de 87 variables originales a 39 factores que agrupan las variables de acuerdo a ciertas características internas relacionadas. Para la dimensión del emprendedor, se obtuvo dieciséis factores, mientras que en el entorno turístico se consiguió catorce factores, en el entorno institucional se tiene cinco factores y en la dimensión del proceso de planificación de obtuvieron cuatro factores.

En el análisis de regresión logística se determinó los coeficientes con mayor significancia y que influyen favorablemente en el desarrollo de emprendimientos turísticos. Para la dimensión del emprendedor, se tiene siete factores determinantes: Educación formal, capacidad económica del emprendedor, liderazgo y perseverancia, capacidad de conseguir recursos financieros, experiencia en administrar recursos humanos y financieros, capacidad de análisis del ambiente y capacidad de relacionarse entre emprendedores. Mientras en la dimensión del entorno turístico se consiguió cinco factores: gestión del destino, voluntad política, calidad de productos y servicios, actitud del servicio y educación y capacitación en competencias laborales. Para la dimensión del entorno institucional se tiene: leyes y reglamentos, e inversión pública y privada. Por último, en la dimensión del proceso de planificación, el factor determinante es el plan de negocios.

El modelo de factores determinantes para el desarrollo de emprendimientos turísticos se obtuvo a partir de análisis de regresión logística, el mismo que orientó la elaboración de la propuesta de lineamientos estratégicos para el desarrollo de emprendimientos turísticos, con el fin de orientar la toma de decisiones por parte de los organismos públicos y privados en el marco de la política de desarrollo social.

### **Referencias bibliográficas**

- Andrés, A., García, T., & Fuente, J. (1999). Análisis de algunos determinantes de la creación de empresas en España ante el reto de la Unión Económica Europea. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, núm. 3, pp. 53-68.
- Covarrubias, I. (2016). *Emprendedores y Empresarios: un enfoque Institucional*. Contribuciones a la economía, 55-63.
- De la Fuente Fernández, S. (2011). *Regresión Logística*. Madrid: Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Autónoma de Madrid.
- Fernández, E., & Junquera, B. (2001). Factores determinantes en la creación de pequeñas empresas. *Papeles de Economía Española*, núm. 89/90, pp. 322-342.
- Leiva, J. (2013). ¿Quién crea MIPYMES en Costa Rica? *Tec Empresarial*, 7(2), 9-17.
- López, I. d., Santos, B., & Bueno, Y. (2004). Las dimensiones del perfil emprendedor. *Universidad Autónoma de Madrid*, pp. 813 - 827.

- Newland, K., & Tanaka, H. (2010). *Mobilizing Diaspora Entrepreneurship for Development*. Washington D.C.: Migration Policy Institute.
- Pérez López, C. (2005). *Métodos estadísticos avanzados con SPSS*. Thomson.
- Rataric, M., Caviglia, E., & Villa, M. C. (2008). *Manual para Emprendedores Turísticos*. Buenos Aires: Argentina.
- Rirchie, B., & Crouch, G. (2010). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. *Revista de Administracao Pública*, pp. 1050 - 1066.
- SIISE, S. I. (2014). VII Censo de Población y VI de Vivienda. Ecuador.
- Silva, C., & Salinas, M. (2007). *Modelos de regresión y correlación III. Regresión Logística*. Ciencia y Trabajo.
- Unidas, O. d. (2010). *Migración Internacional y Desarrollo*. Informe del Secretario General, 15.
- Valencia de Lara, M. (2008). *Factores determinantes en la creación de una empresa en la etapa de proceso de puesta en marcha*. Cuenca-España: Ediciones de la Universidad de Castilla - La Mancha.
- Veciana, J. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 8, N° 3, 11-36.

# Estudio de los hábitos del consumidor, caso compra de alimentos en la provincia de santa Elena-Ecuador

**Ing. Jairo Cedeño Pinoargote, MSc.**

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
manuelcepi23@hotmail.com

**Ing. Verónica Benavides Benítez. MSc.**

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
veronicadtamayo@hotmail.com

**Eco. Hugo Álvarez Plúa**

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
hugoalvarez19@yahoo.com

## Resumen

La presente investigación tiene como objetivo identificar los hábitos del consumidor en la compra de alimentos de la Provincia de Santa Elena, los hábitos del consumidor ocurre entre los usuarios que buscan productos o servicios más baratos en mercados, tiendas, supermercados de la provincia. Se aplicó el método cuantitativo, con una muestra aleatoria de 383 personas. Entre los resultados se evidenció, la compra de alimentos, seguido materiales de limpieza, aseo personal, artículo de belleza, vestimentas y mantenimiento del hogar con porcentaje bajos, en cuanto a los lugares que compran habitualmente los consumidores, se encuentran los mercados, comisariato, tiendas Minimarket y bazar. Entre las conclusiones se pudo determinar que la provincia de Santa Elena es muy concurrida en temporada vacacional, y con muchos atractivos turísticos, el cual hay un alto porcentaje de compra con lo que respecta a los alimentos.

**Palabras claves:** Consumidor, Hábitos, alimentos, tiendas, mercados.

## Abstract

The present research aims to identify consumer habits in the purchase of food in the Province of Santa Elena, consumer habits occurs among users looking for cheaper products or services in markets, shops, supermarkets in the province. The quantitative method was applied, with a random sample of 383 people. The results showed that the purchase of food, followed by cleaning materials, personal hygiene, beauty articles, clothing and home maintenance with low percentage, in terms of the places usually bought by consumers, are the markets, commissary, Shops, minimarket and bazaar. Among the conclusions could be determined that the province of Santa Elena is very crowded in the holiday season, and with many tourist attractions, which has a high percentage of purchase with regard to food.

**Keywords:** Consumer, Habits, food, stores, markets.

## Introducción

Los alimentos son imprescindibles para conservar la vida de todos los seres humanos, el suministrar al organismo los nutrientes y la energía necesaria podemos mantenernos saludables. Los hábitos de consumo en el mundo están orientados hacia la premisa, comprar lo necesario, la preparación, el uso y la disponibilidad de grandes cantidades de investigación sobre el consumidor es una fuerza esencial en el avance de la disciplina de

su comportamiento. Esta disciplina está dedicada a construir un cuerpo de conocimiento para entender aquello que hace que los consumidores actúen y para saber cómo los Mercadólogos pueden satisfacer mejor sus necesidades y deseos. En la provincia de Santa Elena, ha ido evolucionando con respecto a los hábitos de compra, esto ocurre entre los usuarios que buscan productos o servicios más baratos en mercados y tiendas, según datos del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016), los alimentos representan el 60% de la carga inflacionaria de la provincia, el sector que más alto poder de compra tiene se registró en los restaurantes y hoteles, en los dos últimos años, según información a propietarios, en las entrevistas que se realizó, algunos comedores comenzaron a suprimir ingredientes para no elevar el costo de los almuerzos que venden.

Según (Aranceta, 2001), La alimentación es un acto voluntario, el cual se lleva a cabo de manera consciente, decisión libre del ser humano, y se encuentran condicionada por muchos factores, siendo algunos sociales, culturales, genéticos, biológicos, y otros se encuentran en la parte inconsciente del ser humano, cada sociedad y cada persona tiene su propia tipología de alimentación. Sin embargo, la población es quién decide sobre la selección, almacenamiento, preparación, distribución y consumo de alimentos en la familia, para los autores Diana Celestino y Mercedes Vázquez, está relacionado a las costumbres, prácticas, educación específica sobre que ingerir o no. Según (Berburgh, 2015), los alimentos de consumo que se encuentran en la pirámide de alimentación se tiene a los: Cereales y derivados, verduras y hortalizas, leches y sus derivados, carnes y pescados, azúcares y grasas, es un gráfico diseñado con el fin de indicar en la forma simple, cuáles son los alimentos necesarios para una dieta y en qué cantidad se los puede consumir, todos estos productos alimenticios tiene mucha demanda de compra por parte de los habitantes de la provincia de Santa Elena.

Según (Vázquez, 2015), Hoy en día es de suma importancia tener buenos hábitos alimenticios, porque el mercado nos ofrece grandes cantidades de productos no muy recomendable para el impacto que pueda tener en nuestra salud cardiovascular a largo plazo, sin embargo, el poder de compra ha crecido, y se tiene muchos lugares para adquirir los productos para el consumo diario, otro indicador importante es el poder adquisitivo, el cual está midiendo la frecuencia de compra, y de cómo estos productos pueden ser adquiridos. Según (Pomroy, 2016), Tener buenos hábitos alimenticios retrasa el envejecimiento, evita ciertas enfermedades y mejora otras, los últimos descubrimientos científicos sobre la longevidad y nutrición, evidencian que nuestra alimentación es vital para nuestro bienestar, y es muy importante determinar qué tipos de productos adquieren para el consumo humano, y saber escoger cuales son buenos o malos, esto dependerá de que tan informado se encuentren las personas.

### **Importancia**

Todo consumo irresponsable tiene su efecto, el nivel elevado de conciencia sobre las acciones y el consumo desmesurado de algún tipo de producto para el consumo humano es perjudicial para nuestra salud, cada persona debe de tener una mayor responsabilidad sobre su salud, lo mejor es adoptar un estilo de vida saludable, el cual dependerá en gran parte de uno mismo, esto depende de elegir buenos productos, de realizar alguna actividad física, uso racional de medicamentos que se consumen día a día, e incluso optar por tener una actitud positiva ante la vida.

La provincia de Santa Elena se caracteriza por ser una ciudad consumista, el cual el uso irresponsable de alimentos a largo plazo perjudicaría sustancialmente en la salud de los peninsulares, por tal motivo hoy en día la universidad de Santa Elena, UPSE, realiza periódicamente compañías y charlas para mejorar el hábito alimenticio de sus estudiantes, sin embargo, las autoridades ven con mucha preocupación el consumo de alimentos

desmesurado y no equilibrado de sus habitantes.

Según el INEC, en la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición del año 2015, el 37.3% de la población tiene desnutrición, por lo tanto, cada año, el municipio, realiza campañas sobre consumo de buenos hábitos alimenticios.

### **Metodología**

El estudio tiene un enfoque cuantitativo, se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio simple, y se diseñó un cuestionario, con preguntas multicotómicas, con el fin de obtener información necesaria y actual de los hábitos de compra de los habitantes de la provincia de Santa Elena, los datos del análisis fueron procesados con el programa estadístico SPSS.

### Población y muestra

#### Población

La población para el presente estudio estuvo conformada por 184.024 habitantes de la provincia, según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, del año 2010.

#### Muestra

Para el cálculo de la muestra se consideró adecuado aplicar, un muestreo probabilístico aleatorio simple, porque este tipo de muestreo permitió que todas las personas involucradas tengan la misma probabilidad de ser seleccionados.

La selección de la muestra se la realizó para los tres cantones, Cantón Santa Elena, La Libertad, y Salinas, es decir que las 383 encuestas se las realizó por partes iguales.

#### Datos para el cálculo de la muestra.

N= 184.042

k<sup>2</sup>= 1.96

p= 0.5

q= 0.5

e= 5%

Fórmula para poblaciones finitas según Naresh Malhotra.

$$n = \frac{k^2 \times p \times q \times N}{(e^2(N - 1)) + k^2 \times p \times q}$$

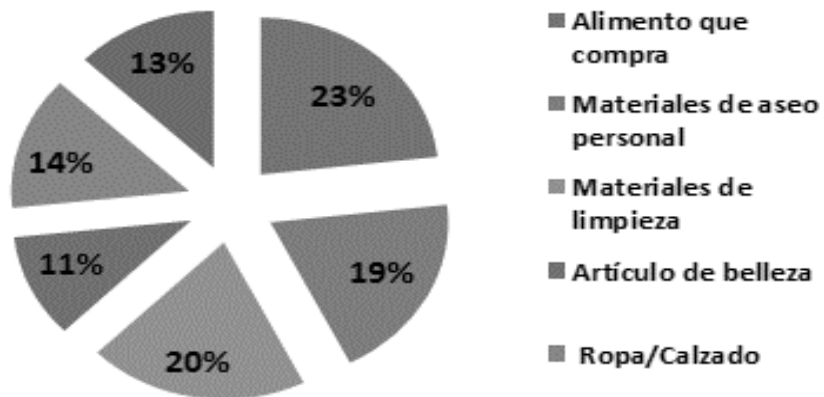
$$n = \frac{176,75}{0.46106}$$

$$n = 383$$

### **Resultados**

#### **Análisis de las encuestas**

**PREGUNTA # 1. ¿Cuáles de estos productos compra usted habitualmente?**

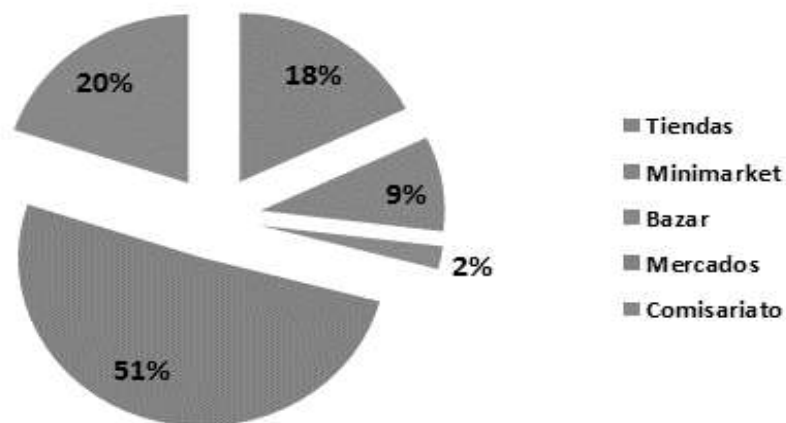


**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaboración:** Autores

Los datos del gráfico demuestran, que los habitantes de la provincia de Santa Elena, compran alimentos para el consumo, seguido materiales de limpieza, materiales de aseo personal, ropa/calzado, productos para el mantenimiento del hogar, y finalmente artículos de belleza.

**PREGUNTA # 2.¿Lugares que compran habitualmente los alimentos?**

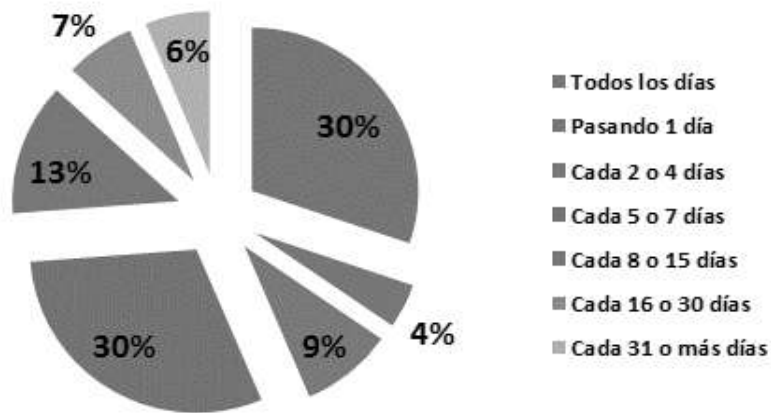


**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaboración:** Autores

Los lugares que compran habitualmente los consumidores en primer lugar mencionaron, los mercados, comisariato, tiendas y por último Minimarket y bazar en bajos porcentajes.

**PREGUNTA #3.¿Frecuencia con la que compra los alimentos?**

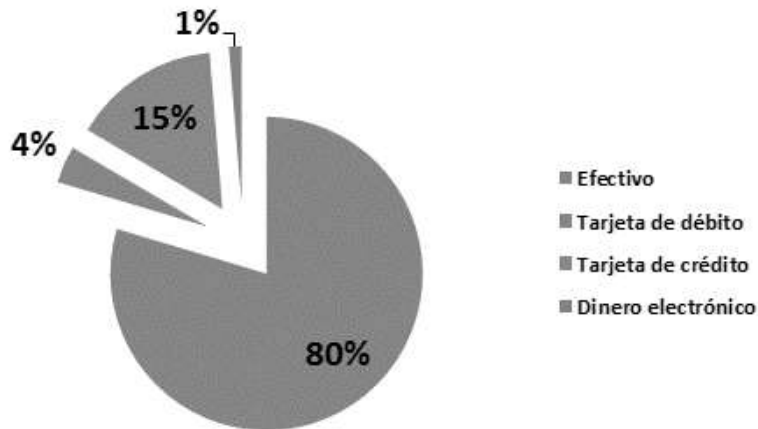


**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaboración:** Autores

La frecuencia de compra de los consumidores, es muy significativo, es decir que en un alto porcentaje compran todos los días, y cada cinco a siete días, para poderse abastecer durante la semana.

**PREGUNTA # 4. ¿Cómo paga los alimentos que compra?**



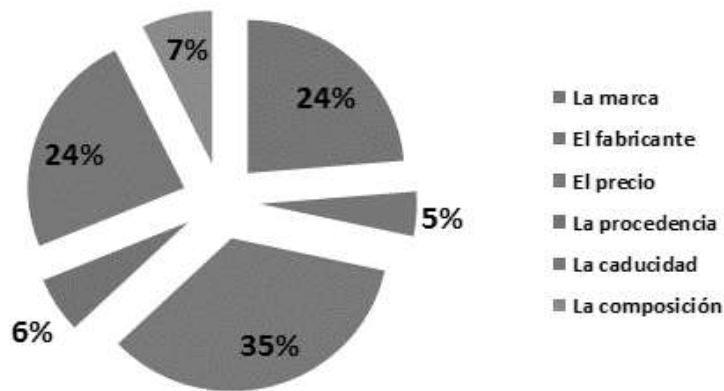
**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaboración:** Autores

Los consumidores cancelan sus alimentos al momento de comprar, y lo hacen en efectivo, seguido usan tarjetas de crédito y tarjetas de débito, y finalmente con un porcentaje muy bajo, usan el dinero electrónico.

**PREGUNTA # 5. ¿Información relevante para comprar alimentos?**



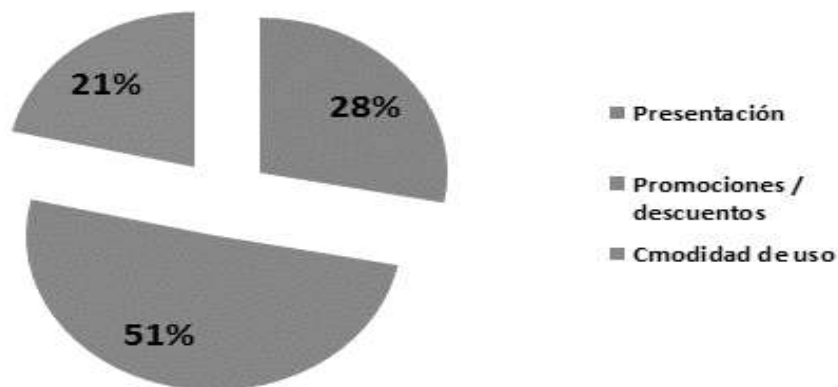


**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaboración:** Autores

En la compra de alimentos los consumidores busca la información en primer lugar sobre el precio, seguido, caducidad, marca y por último la procedencia y el fabricante.

#### **PREGUNTA # 6.¿Opción decisiva para comprar alimentos?**



**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Santa Elena.

**Elaboración:** Autores

En los alimentos la decisión de compra de los consumidores lo realiza en primer lugar por las promociones/descuentos, seguido por la presentación, y finalmente comodidad de uso.

#### **Discusión**

Los habitantes de la provincia de Santa Elena, compran alimentos para su consumo diario, y lo hacen habitualmente en los mercados, comisariatos, tiendas y Minimarket, al momento de realizar su pago lo hacen en efectivo, y con tarjetas de créditos. En la provincia de Santa Elena, el 37.3 % tiene desnutrición según el INEC, es decir que no tienen una buena alimentación, y a largo plazo los peninsulares tendrías problemas de salud. Otros estudios similares con el tema: “Hábito alimentario y su influencia en el sobrepeso y obesidad de los adolescentes en la provincia de Santa Elena del año 2014”. Menciona las siguientes conclusiones:

1.- Con respecto a los hábitos alimentarios de los adolescentes, está la ingesta de comida chatarra, consumidas por más de la cuarta parte de la población que participó en la investigación, encontrándose entre las edades de

14 a 18 años predominando en las mujeres. Éstos son alimentos ricos en grasas saturadas que carecen de valor nutritivo y son los que influyen en los problemas del estado nutricional.

2.-Más de la mitad de los adolescentes prefieren hacer actividad física; pero sólo 2 veces por semana, el resto realizan actividades pasivas, lo que da origen al sedentarismo y consecuentemente es lo que refleja adolescentes con sobrepeso.

3.- Se concluye que los adolescentes tienen hábitos alimenticios inadecuados y la inactividad física son los que dan origen a los trastornos de la alimentación de los adolescentes: el sobrepeso y la obesidad.

### **Conclusión**

1.-Los habitantes de la provincia de Santa Elena, tienen un alto porcentaje de compra en productos de alimentos masivos, como es una zona turística, los alimentos tienen una gran demanda en la provincia.

2.-El estudio determinó que los habitantes de la provincia, todos los días realizan sus compras, y otras en menor porcentaje lo hacen una sola vez por semana, es decir que se abastecen para tener que preparar durante la semana.

3.- Las personas mencionaron que al momento de adquirir un producto alimenticio, valoran mucho el precio, las promociones y descuentos, en su mayoría compran para los hoteles, estos obtiene un descuento del 10 al 15 por ciento de sus compras, siempre y cuando estos sean cancelados en efectivo.

4.- En su gran mayoría, las personas cancelan sus alimentos en efectivo, y muy pocos utilizan tarjetas de crédito para realizar pagos de comida, seguido se tiene en porcentajes muy bajo los que cancelan con dinero electrónico.

### **Referencia**

JAVIER ARANCETA. (2001). Nutrición y salud pública España. Universidad Autónoma de Barcelona.

INEC. Instituto Nacional de Estadísticas y Censo año 2010.

INEC Encuesta Nacional de Salud y Nutrición año 2015.

MERCEDES VÁZQUEZ, (2015). Estilo de vida Saludable. Ciudad de México.

NARESH MALHOTRA libro de Investigación Mercados 8va edición año 2008.

KRIS BERBURGH. Libro sobre Salud Alimenticia Año 2014, Ciudad de España.

BERNAL, CESAR AUGUSTO, Año 2008, libro de Metodología de la Investigación.

SILVA, E. (2013). Estudio de los hábitos de consumo de la población y su relación con la atención que reciben de las empresas comerciales de la ciudad de Milagro. Milagro: U.E.M

INEC. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011- 2012.

MEJIA, E. A. (2004). Hábitos de los consumidores. México.

DIANA CELESTINO. (2015). Salud y responsabilidad alimenticia, Ciudad de México.

LOUIS FLANDRIN (2011). Historia de la alimentación. Ediciones TREA S.L. Madrid.

## **Agentes contaminantes y su incidencia en el turismo contemporáneo, estudio Playa La Caleta, del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena**

**Eco. Hugo Álvarez Plua, MSc.**

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
hugoalvarez19@yahoo.com

**Ing. Verónica Benavides Benítez. MSc.**

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
veronicadtamayo@hotmail.com

**Blga. Mayra Cuenca Zambrano, MSc.**

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
blga.mavi@hotmail.com

### **Resumen**

El cantón de la Libertad perteneciente a la provincia de Santa Elena, posee diversos recursos naturales y patrimoniales que necesitan ser conservados e intervenidos de forma adecuada, si no se toman las medidas pertinentes puede verse afectado por la contaminación, el presente trabajo pretende determinar la incidencia de la contaminación de la playa Caleta por el desarrollo del turismo, se busca crear un precedente como línea base que permita proponer soluciones para la conservación y protección de los recursos que y beneficien al desarrollo local, se considera un estudio descriptivo Correlacional, usando el método inductivo deductivo, analítico sintético, obteniendo información relevante de los turistas, población, servidores turísticos y autoridades competentes; según manifiestan se ven afectados por la contaminación que se genera en la playa La caleta, generadas por distintas causas; principalmente por malos olores que emana el lugar, el control y manejo de desechos sólidos y líquidos que genera la pesca artesanal y sus actividades secundarias, las tuberías de drenaje que descargan en las playas que en cierta medida afectan a la salud del bañista y por siguiente la imagen del mismo, el interés de la valoración cultural e histórica de la Caleta, seguida por la diversidad de servicios turísticos.

**Palabras Claves:** Recursos naturales y patrimoniales, Contaminación ambiental, Desarrollo turístico.

### **Abstract**

The City of La Libertad, which belongs to the province of Santa Elena, has several natural and heritage resources that need to be properly conserved and intervened, since it can be affected by pollution and deterioration if no pertinent measures are taken. The research aims to determine the incidence of pollution of Caleta beach with the development of tourism in the canton of Liberty, creating a precedent as a baseline for research that allows proposing solutions for the conservation and protection of resources that benefit Local development A correlational descriptive study using the deductive, synthetic analytical inductive research method is obtained, obtaining relevant information from tourists, population, tourist servers and competent authorities; As they manifest they are affected by the pollution that is generated in the beach La Caleta, generated by different causes; Mainly due to bad odors emanating from the place, the control and management of solid and liquid wastes generated by the artisanal fishing and its secondary activities, the drainage pipes that discharge in the beaches that in the measure affected to the health of the bather and by The following image of the same, the interest of cultural and historical valuation of La Caleta, followed by the diversity of tourist services.

**Keywords:** Natural and patrimonial resources, Environmental pollution, Tourism development.

### **Introducción**

## **Introducción al problema**

A nivel mundial la contaminación es incalculable y se ha convertido en un gran enemigo causando casi 3,4 millones de muertes prematuras en el 2014. Según Organización Mundial de la Salud. El Mundo. (2016) es necesario considerar estos datos debido a que la contaminación ambiental es un factor determinante para el desarrollo economías, actividades de disfrute y relax que brinda el sector Turístico. En Sur América y parte Norte en el Océano Pacífico flota una Gran Mancha de basura que posee más de 100 millones de Toneladas de desperdicios, a causa de la pesca industrial indiscriminada y poco regulada, desechos en las playas, como consecuencia la muerte de millones de aves marinas y mamíferos acuáticos, El País (2008).

Por estas causas es importante determinar cuál es el impacto que puede generar la contaminación ambiental de las zonas costeras o playas en el aspecto turístico. Con la creación del malecón de La Libertad se buscaba la inserción de este balneario en el mapa turístico nacional, y la afluencia de turistas incremento considerablemente. El Universo (2007). Sin embargo, el crecimiento acelerado de la población y construcción de viviendas, podrían ocasionar impactos de contaminación ambiental, los que afectarían al turismo Este cantón posee múltiples actividades económicas como: La Industria Petrolera, Eléctrica, Pesca, Turismo.

En relación al estudio de la calidad del agua de la zona costera del cantón La Libertad, Villón (2012) menciona, “que existen residuos en el agua de Petróleo a causa del inadecuado control de barcos petroleros y pesqueros, impidiendo el desarrollo de la flora y fauna, perjudicando la salud del bañista”. En la actualidad poco o nada se realiza, como consecuencia, la fuga del turismo a otros balnearios cercanos como Salinas y la ruta del Sol en Santa. El cantón La Libertad anteriormente no se la consideraba como puerto de desembarque de pesca artesanal. Según Plan de Ordenamiento Territorial. (2014). Sin embargo, actualmente las descargas gran parte son de tipo industriales, incumpliendo con leyes ambientales ecuatorianas y de autoridades competentes locales.

En las playas de La Libertad según estudios de; Productos y Servicios Industriales. (2007). “El manejo de las tuberías de aguas lluvias están infectadas por aguas fecales y descargan en las playas del Malecón”. Los pescadores artesanales que trabajan en la Caleta, como estibadores o gaveteros arrojan sus aguas de lavado directamente al mar constituyendo un impacto en la calidad del agua de la zona de la playa

Es necesario iniciar este proyecto de investigación, debido a que afecta a la patrimonio y recurso natural del cantón, que influyen; recursos asignados por parte del GAD municipal, el manejo inadecuado de embarcaciones petroleras y pesqueras.

El manejo de las tuberías de aguas lluvias contaminadas por aguas residuales que descargan en las playas del cantón La Libertad, son posibles factores que pueden influir al desarrollo del turismo del mismo.

## **Importancia de la investigación**

El siguiente trabajo de investigación amerita demostrar unas de las necesidades latentes en las playas del cantón La libertad, específicamente la contaminación ambiental de la playa Caleta, factores que se aprecian fácilmente al visitar el atractivo, estos factores contaminantes pueden tener incidencia en el desarrollo del turismo del catón, razones necesarias e importantes de estudiar, debido a que no existen estudios que puedan admitir o negar su incidencia, y probablemente sea una de las causas por las cuales no se considere o se tomen medidas preventivas.

El aporte de investigación sirve como línea base para posteriores investigaciones, el cual puedan proponer soluciones, como, por ejemplo; mejorar el servicio la planta turística, que exista un análisis profundo de impacto

ambiental de las actividades de pesca artesanal y actividades petroleras, entre otros; con el beneficiario más importante que es la población, en lo que refiere a mejorar la calidad de vida y preservar el recurso natural - cultural del cantón La Libertad.

De la misma forma es un derecho establecido en la Constitución del Ecuador (2008) determina que: “El derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, se declara de interés público la preservación del ambiente”. Art14. Como ecuatoriano y ciudadano Libértense siento la necesidad de velar por los intereses del cantón.

## **Metodología**

Los balnearios más concurridos del país son Esmeraldas, Manabí, y Santa Elena. MAE. (2015). “Se recolecto en la Playa de La Libertad un total de 51,557 Kg de desechos sólidos, la contaminación es evidente, a causa de una inadecuada planificación sanitaria, manejo de los muelles de pesca, falta de conciencia ambiental, como resultado la gran cantidad de desechos que se recolectan en estas campañas de limpieza.

El enfoque de este proyecto es Descriptivo Correlacional, porque analiza las dos variables de agentes contaminantes de la playa La Caleta y su incidencia en el turismo contemporáneo en el cantón La Libertad, en la provincia pocas son las investigaciones que determinan los factores que inciden en el desarrollo del turismo, la finalidad del proyecto es que, si se demuestra la relación de las variables, se desarrollara soluciones mitigando la contaminación al recurso natural.

## **Hipótesis**

**Ha** La contaminación de la playa Caleta afecta al desarrollo del turismo del cantón La Libertad

**Ho** La contaminación de la playa Caleta no afecta al desarrollo del turismo del cantón La Libertad.

## **Variable independiente**

### **Agentes contaminantes**

Contaminación es la presencia en el ambiente de uno o más contaminantes, que degraden la calidad del aire, tierra, agua o recursos naturales en general. Toda materia, sustancia, energía, organismo vivo a sus derivados, que, al incorporarse, a los componentes del ambiente, airean sus características y obstaculiza el disfrute de la naturaleza, perjudicando la salud de las personas, animales o plantas.

De igual forma según. Jiménez. (1999). Afirma que “se denomina contaminación ambiental a la cantidad de partículas sólidas en el aire, disueltas en el agua o incorporadas a los alimentos ingeridos”, conceptos que tomamos como referencia para el desarrollo del siguiente proyecto de investigación.

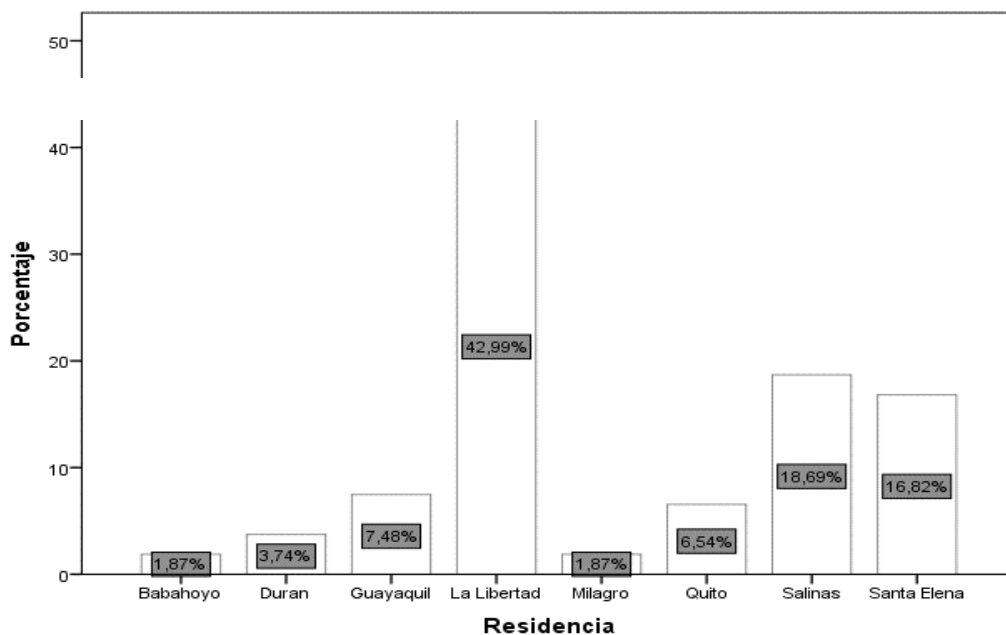
## **Variable Dependiente**

### **Turismo Contemporáneo**

Es el desarrollo sostenible y sustentable que abarca aspectos; sociales, culturales, económicos y del medio ambiente. Según Gurug y Scholz. (2008) refiere “es el desarrollo de patrimonios y diversidad de los recursos naturales tomando en cuenta el uso óptimo de estos, siendo un criterio clave del ecoturismo ya que el disfrute de los mismos no puede poner en peligro su valor ecológico”, definición importante a considerar en el presente trabajo de investigación.

## **Resultados**

### Lugar de residencia de turistas visitantes



*Gráfico 1*

Lugar de residencia

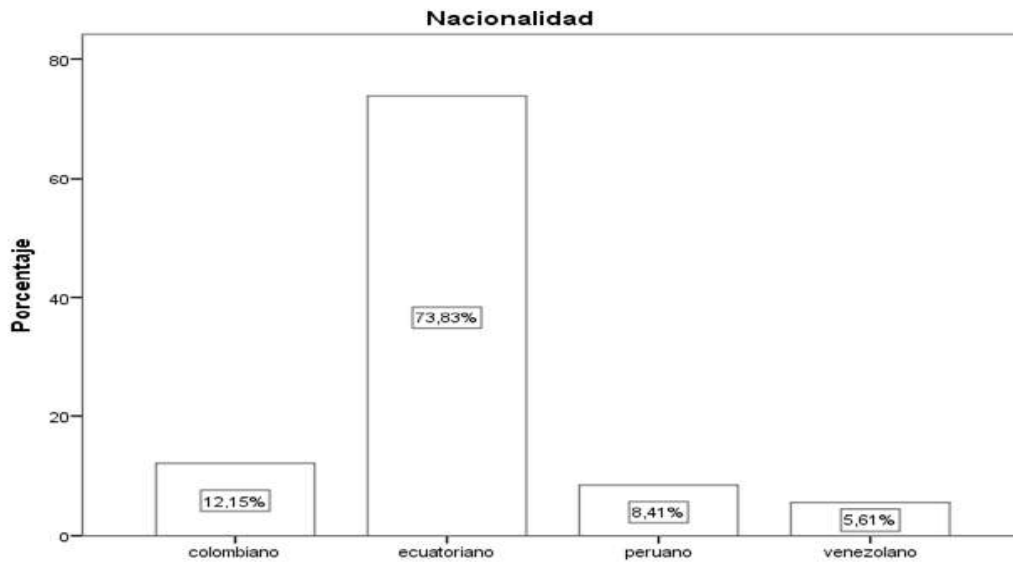
	Babahoyo	Duran	Guayaquil	La Libertad	Milagro	Quito	Salinas	Santa Elena	total
Frecuencia	2	4	8	46	2	7	20	18	107
porcentaje	1,9	3,7	7,5	43	1,9	6,5	18,7	16,8	100

Fuente: Encuestas a Población, servidores turísticos & turistas (abril 2017)

### Análisis:

En la gráfica nos muestra que principalmente el lugar de residencia de los visitantes del malecón del cantón La Libertad, son habitantes del mismo sector, este fenómeno se da porque al ser un día de feriado es más notable encontrar a peninsulares que disfrutan del atractivo, seguido por visitantes de la provincia más cercana que es Guayas, siguiendo muy de cerca Quito.

### Procedencia de turistas que visitan el Cantón La Libertad



**Gráfico 1**

Datos demográficos de los turistas

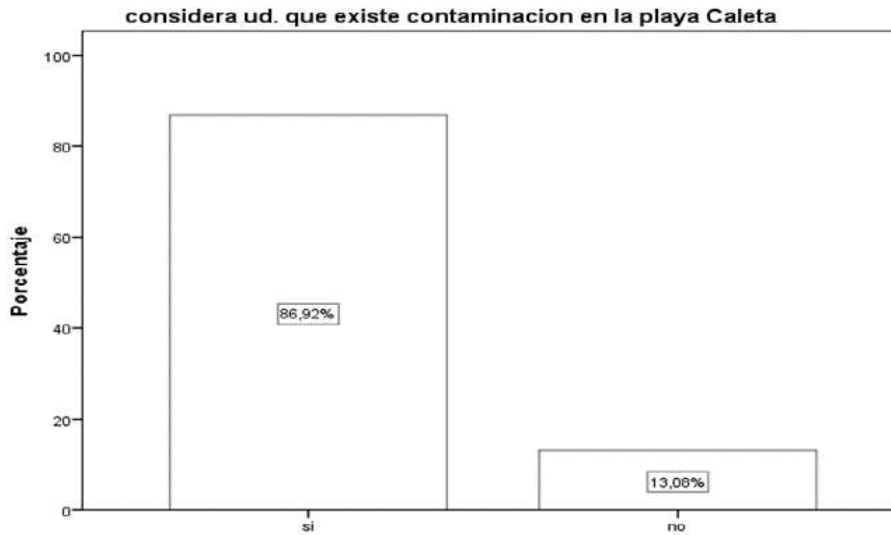
	Colombiano	Ecuatoriano	Peruano	Venezolano	
Frecuencia	13	79	9	6	107
Porcentaje	12,1	73,8	8,4	5,6	100

Fuente: Encuestas a Población, servidores turísticos & turistas (abril 2017)

#### **Análisis:**

En el siguiente grafico podemos describir que la mayoría de encuestados como turistas que vistan del Malecón del cantón La Libertad, son ecuatorianos, seguido por el turismo colombiano, que prevalece por encima de Perú y Venezuela, los valores representativos de colombianos pueden ser porque alguna parte ya están erradicado en el cantón, ya sea por trabajo o negocios.

### Contaminación de la playa Caleta afecta la imagen del Cantón la Libertad



**Gráfico 3**

Contaminación de la playa Caleta afecta a la imagen del Cantón.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	93	86,9	86,9	86,9
no	14	13,1	13,1	100
Total	107	100	100	

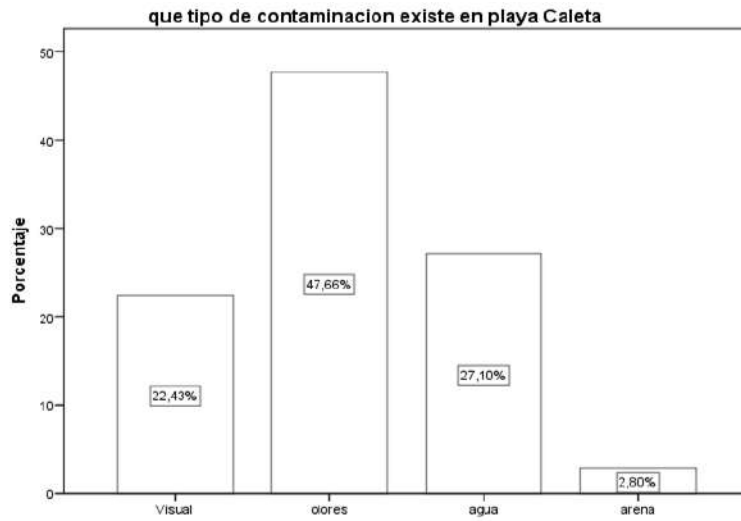
Fuente: Encuestas a Turistas (abril 2017)

#### **Análisis:**

La contaminación afecta considerablemente a la imagen del cantón, así lo manifiestan los turistas. El turismo se lleva consigo mala percepción, por esas razones la necesidad de demostrar a tiempo la contaminación que existe en la playa Caleta, para luego tomar acciones determinantes que aporten a la conservación y cuidado del patrimonio natural, con el fin de que exista desarrollo turístico.



### Factores de contaminación de la playa La caleta



**Gráfico 4**

Factores de contaminación de la playa Caleta

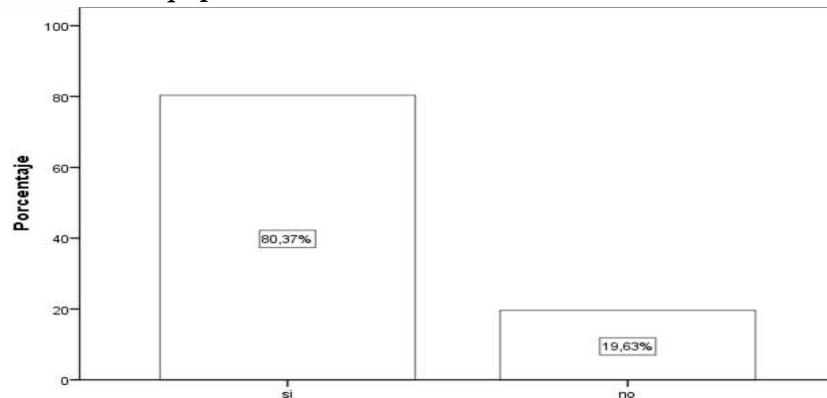
	Frecuencia	Porcentaje
Visual	24	22,4
olores	51	47,7
agua	29	27,1
arena	3	2,8
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuestas a Turistas (abril 2017)

#### Análisis:

Los turistas consideran que si existe contaminación en La caleta con una aceptación del 92% y que el factor contaminante que más prevalece es el de olores, muy de cerca la contaminación del agua, y visual, estos factores posiblemente a causa de la pesca artesanal, el traslado de pesca con fines industriales, el ingreso de vehículos de carga.

### Equipamiento recreativo cultural de La Calet



### Gráfico 5

Equipamiento recreativo cultural de la caleta

	Frecuencia	Porcentaje
si	86	80,4
no	21	19,6
Total	107	100

Fuente: Encuestas a Turistas (abril 2017)

#### Análisis:

¿La playa Caleta cuenta con el equipamiento cultural, recreativo y de servicios turísticos? La mayoría responde que no y además que la estructura de las escolleras construidas hace años, necesita mantenimiento, más aún el sector de la caleta, afirman que necesita información cultural, la riqueza histórica precolombina del sector, más actividades recreativas, regenerar y restaurar sus alrededores, le daría ese reconocimiento importante que necesita el cantón La Libertad.

#### Discusión

Con un nivel de significancia del 95% y un límite crítico de la tabla de chi a 1 grado de libertad que resultan 3,8415 frente al 3,14 y 2,643 respectivamente, están dentro del parámetro para aceptar la hipótesis alternativa. La contaminación ambiental de la playa caleta afecta al desarrollo del turismo del cantón La libertad.

Los factores de contaminación Ambiental que se consultó a servidores, turistas, población, coinciden que, si existe contaminación en la playa Caleta, específicamente el 47% por parte de turistas y el 63% de la población afirma que sienten malestar por los Olores que emana el lugar, respecto a los servidores turísticos el 75% de ellos consideran que si existe contaminación del sector en mención.

Los factores de desarrollo turístico que hacen falta en el cantón y cerca de playa Caleta son; la planificación turística el 88% de la población considera que existen desechos sólidos en la arena, así mismo el 72% de la población considera que hace falta equipamiento recreativo y cultural.

El 73% opina que no existe conservación del patrimonio natural y cultural, factores relevantes para el desarrollo de turismo del cantón, este punto es relevante debido a que el recurso natural es el icono más representativo que posee el cantón.

Las autoridades pertinentes como jefe del departamento de Turismo y Administrador del Malecón, consideran que, si se aplican factores de desarrollo del turismo del cantón, en lo que respecta a conservación del patrimonio natural, así como los recursos asignados, sin embargo, piensan que hace falta más y que no es suficiente la gestión que se realiza, puesto que también dependen del ministerio de ambiente y otras entidades.

La mayoría de servidores turísticos manifiestan, el 90% que las tuberías de aguas lluvias que descargan en las playas del cantón y en la Caleta, es considerada como un factor contaminante por la población y servidores turísticos, consideran que puede afectar a la salud del bañista, se debe tomar medidas urgentes debido a que da mal aspecto, no es bien visto en las playas que son mayormente concurridas.

El 75% de los servidores turísticos resaltan que la contaminación por malos olores puede afectar a su negocio,

debido a que ellos no se quedan por mucho tiempo, que, si no existiera dicha contaminación, los turistas podrían aprovechar esa extensión de playa, lo cual representaría más ingresos económicos para sus negocios.

Sin embargo, un grupo mínimo del 25% considera que no le afecta valores representativos a negocio debido a que está lejos y que, si están conscientes de que, si existe contaminación en el sector playa Caleta, por que laboran en sus alrededores.

### **Conclusiones**

Se comprobó que existe una relación entre la contaminación ambiental de la playa Caleta y el desarrollo de turismo del cantón La Libertad; esta aseveración se acepta debido a que fue sometida a la prueba de Chi cuadrado.

Se determinó mediante argumentos teóricos que los distintos tipos de contaminación son los Físicos/químicos, Biológicos y Humanos, de los cuales se hace énfasis en las actividades de transformación por la intervención del Hombre, que van desde; la Pesca, Urbanización desorganizada, Transporte, y Turismo; todas estas son las principales fuentes de contaminación que se describen en la presente investigación.

Los factores contaminantes de playa Caleta que afectan al desarrollo turístico del cantón son: la contaminación por olores, en el agua y desechos sólidos visibles en la arena; que causan molestias entre la población local y turistas que visitan el lugar.

Los factores de desarrollo turístico del cantón según los servidores turísticos son escasos o no aplican, de los que resaltan: la conservación del patrimonio natural y cultural de la playa Caleta, la planificación turística en lo que refiere a playas limpias y el equipamiento recreativo cultural la playa Caleta y sus alrededores.

Los hallazgos más relevantes que se encontraron en la investigación, mediante entrevistas y encuestas es que el criterio del turista es importante a la hora de elegir un destino turístico y toma en consideración el estado del recurso natural, por otro lado la contaminación existente no se podría eliminar de raíz puesto que existen grupos económicos que prevalecen que son importantes para el desarrollo de la economía del cantón, como lo es la pesca artesanal, el sector petrolero, el sector turístico.

### **Referencias**

Albert, L. A. (2004). Contaminación ambiental. Origen, clases, fuentes y efectos. *Revista de la facultad de salud pública y nutrición*, Capítulo 14. (228-231).

Andrade, M.R., García S.M. (2002). *Diagnóstico y la realidad turística del cantón Playas*, Tesis de Grado” ESPOL

El Mundo. (2016). *Alerta mundial por la contaminación en las ciudades de todo el planeta. 2017*, de El Mundo Sitio web: [http://www.elmundo.es/vida-sana.html?cid=MENUPROD26501&s\\_kw=vida-sana](http://www.elmundo.es/vida-sana.html?cid=MENUPROD26501&s_kw=vida-sana)

El País. (2008). *El mayor vertedero del mundo está en el océano Pacífico. 2017*, de El País Sitio web : [http://sociedad.elpais.com/sociedad/2008/02/05/actualidad/1202166014\\_850215.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2008/02/05/actualidad/1202166014_850215.html)

El Universo, (2015) *La Libertad de recinto a cantón de Santa Elena*. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2015/04/14/nota/4767661/libertad-recinto-canton-santa-elena>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill. Recuperado de: <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=EARTH.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=022575>

Jiménez, E. (1999). *Educación ecológica y ambiental*. México, Editora Limusa.

Ministerio de Ambiente. (2015). *51 557 kg de desechos fueron evacuados de las playas durante el feriado de Carnaval. 2017*, de Ministerio de Ambiente Sitio web: <http://www.ambiente.gob.ec/51-557-kg-de-desechos-fueron-evacuados-de-las-playas-durante-el-feriado-de-carnaval/>

Montesdeoca Stacey, A. C., & Granja Sánchez, A. V. (2014). *Análisis del impacto socio ambiental en las playas del Ecuador, mediante la creación de una empresa de servicios para limpieza de playas* (Bachelor's thesis, Quito/Uide/2013).

Páez, Jorge Alirio Peñaloza. *Revista Desarrollo Local Sostenible de los Desarrollo Local Sostenible*.

Rodríguez, R. M., & Fernández, J. I. P. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, (23), 173-194.

Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Segura, L. M. S., & Arriaga, J. A. L. (2003). *Principios básicos de contaminación ambiental*. UAEM.

Silva Álvarez, Jenny (2014). *Aquel 22 de abril de 1970 nació una conciencia mundial. 2017*, de madre tierra sitio web: <http://revistamadretierra.com/2014/04/aquel-22-de-abril-de-1970-nacio-una-conciencia-mundial/>

Tipos de Contaminación. (2017). Recuperado de: <http://www.tiposdecontaminacion.com/>

Vergaray, G., Méndez, C. R., Morante, H. Y., Heredia, V. I., & Béjar, V. R. (2007). Enterococcus y Escherichia coli como indicadores de contaminación fecal en playas costeras de Lima. *Revista del Instituto de Investigación de la Facultad de Ingeniería Geológica, Minera, Metalúrgica y Geográfica*, 10(20), 82-86.

# CAPÍTULO V

## INNOVACIÓN GERENCIAL



# La gestión de la innovación y su incidencia en la calidad de productos de las empresas manufacturera con material reciclado

**Ana del Rocio Garcia Loor**

Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabi  
ropefada\_4@hotmail.com

**Mary daviushka Sornoza Garcia**

Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manai  
Daviushkasornozamg@gmail.com

**Lady Mercedes Zambrano Garcia**

Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabi  
ladybeauty\_18@hotmail.com

## Resumen

La innovación siempre es una necesidad de ser aplicado en todo los escenarios; se realizó un análisis sobre el empresario o el emprendedor innovador, a través de la gestión de la creatividad y el conocimiento de las técnicas de elaboración de productos; con la novedad de utilizar material reciclado. Objetivo General. Se determinó que la Gestión de la Innovación, en la creatividad y el conocimiento, incide en la calidad de los productos y nuevas técnicas de elaboración, en el emprendimiento de las MIPYMES manufactureras de productos artesanales de la Provincia de Manabí, Ecuador. Objetivos Específicos. 1. Se comprobó que la gestión de la Creatividad influye de manera eficaz en la reutilización de Materiales en el emprendimiento de MIPYMES. 2. Se estableció que la gestión del conocimiento influye eficientemente en las Nuevas Técnicas de Elaboración de bienes en el emprendimiento de MIPYMES. El tipo de Investigación es explicativa no experimental cuantitativo, es transaccional. Conclusiones. Hoy en día hay que tener perspectivas referenciales al desarrollo socioeconómico, aplicando algunas de las enseñanzas que hoy son posibles dando funcionamiento práctico de las iniciativas a la innovación y su desarrollo sostenible, orientado en el caso a la generación de oportunidades productivas para la creación de empleo en el país.

**Palabras claves:** gestión, innovación, incidencia, calidad, productos, material reciclado, empresas.

## Abstract

Innovation is always a need to be applied throughout the scenarios; An analysis was made on the entrepreneur or the innovative entrepreneur, through the management of the creativity and the knowledge of the techniques of elaboration of products; With the novelty of using recycled material. General objective. It was determined that Innovation Management, in creativity and knowledge, affects the quality of products and new techniques of development, in the entrepreneurship of MIPYMES manufacturing artisan products of the Province of Manabí, Ecuador. Specific objectives. 1. It was verified that the management of Creativity influences in an efficient way in the reutilization of Materials in the enterprise of MIPYMES. 2. It was established that the knowledge management influences efficiently in the New Techniques of Elaboration of goods in the enterprise of MSMEs. The type of Investigation is explanatory non-experimental quantitative, is transectional. Conclusions. Nowadays, it is necessary to have a reference perspective on socioeconomic development, applying some of the lessons that are possible today, giving a practical operation of the initiatives to innovation and its sustainable development, oriented in the case to the generation of productive opportunities for job creation in the country.

**Keywords:** Management, innovation, incidence, quality, products, recycled material, companies.

## Introducción

Para entender por qué ahora solo la quinta parte de los países en el mundo se considera “Desarrollado”, principalmente países como Japón, Europa Occidental, Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, y unos cuantos más, se debe tener en cuenta que el mundo, desde el punto de vista de un país desarrollado, sobrelleva a situaciones de pobreza y escasez; por lo tanto, haciendo un poco de historia, es fundamental reconocer que, no es que los otros 4/5 restantes (del mundo) están retrasados, es más bien que el primer mundo ha tenido el “Milagro” del desarrollo “Industrial y Capitalista”, gracias a la explotación del hombre hábil (homo habilis) sobre el hombre inexperto.

De este hombre hábil nace la capacidad de innovación de los seres humanos (Morcillo Ortega, 2011), y como tal, reconoce que su desarrollo y su potencial crecimiento viene de la creatividad y el conocimiento, dos dimensiones que se definen para alcanzar las ventajas competitivas que llevan al desarrollo de las grandes organizaciones de hoy.

Los países desarrollados usan la tecnología para transformar la materia prima y elaborar productos y/o servicios que crean la necesidad para satisfacerlas después. En cambio, los países en vía de desarrollo, tienen la materia prima pero no usa tecnología para transformarla, esta paradoja del crecimiento fue dado por Porter. Este mismo autor entre sus conceptos de crecimiento económico de las naciones, pone énfasis a la información que es parte de la tecnología para el desarrollo de la capacidad innovadora de las organizaciones.

“La pregunta clave es: ¿Cómo alcanzar la Competitividad? En base a diferentes autores, como Michael Porter, se considera que para ser competitivos se requieren cuatro diamantes: 1) Condiciones de los factores, 2) condiciones de la Demanda, 3) Sectores afines de apoyo y 4) Estrategia, estructura y Rivalidad de las empresas. Los cuatro atributos se complementan con dos elementos: La Casualidad y el Papel del Estado”. (Gracia Hernández, 2015)

Por otro lado, de acuerdo a un reporte de la Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para el año 2012, Ecuador es el país más emprendedor de América Latina y el Caribe, con un porcentaje de 26.6%, seguido de Chile con el 23% y Colombia con 20%. Más de 4 millones de ecuatorianos han iniciado un negocio o desarrollan un emprendimiento. (Ecuador es el país con más emprendimientos en América Latina, 2013). Además, según el estudio, el índice de Actividad Emprendedora Temprana, conocido como TEA, es del 15.82% en Ecuador. Esto quiere decir que siete de cada 10 ecuatorianos adultos están en proceso de iniciar un negocio o gestionando una nueva empresa (de no más de 42 meses). Pese al dinamismo que evidencian los números, este índice - considerado el eje del GEM ha registrado un importante descenso respecto del 2004, la primera vez que se aplicó el estudio localmente, donde el TEA fue de 27.2%, y ubicó al Ecuador en el tercer lugar del ranking mundial.

En este sentido, el país de Ecuador, a través del Ministerio de Industrias y Productividad (MIP), ha determinado la apertura de los Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE), con la finalidad de apoyar y fortalecer las iniciativas de emprendimiento de los ciudadanos. En estos establecimientos, se brindan capacitaciones y asesoramiento técnico a los ciudadanos, las cuales buscan generar destrezas y habilidades productivas en los beneficiarios, además de apoyar al desarrollo de nuevos emprendimientos. Según Marcelo Gutiérrez, director de Emprendimiento del Ministerio de Industrias y Productividad, estos centros son un instrumento idóneo para fomentar en la ciudadanía la cultura emprendedora, a través del fortalecimiento del desarrollo económico local. Además, se cuenta con más de 60 Centros de Desarrollo Empresarial en todo el

país, de los cuales siete se encuentran en la zona 4 (comprendida por las provincias de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas).

En Ecuador el desarrollo económico ha sido inclusivo, con un efecto directo en la reducción de los niveles de pobreza y desigualdad, y en el crecimiento de la clase media. Entre 2006 y 2014, la pobreza medida por ingresos (usando la línea de pobreza nacional) disminuyó del 37.6% al 22.5%, mientras que la pobreza extrema se redujo desde el 16.9% hasta el 7.7%. (Diario el Universo, Marzo 2015).

También existen regiones que se caracterizan por tener valiosos talentos que fabrican productos artesanales hechos con materiales de reciclaje que hasta la actualidad no han sido aprovechados adecuadamente. A pesar de contar con la materia prima disponible y la creatividad de sus habitantes artesanales para diseñar y producir modelos de productos hechos con material de reciclaje, exclusivos y agradables a la vista de los ciudadanos nacionales y turistas extranjeros, no se los está aprovechando para la creación de nuevas empresas manufactureras que puedan exportar estos innovadores productos hechos con material de reciclaje, proyectando para un futuro muy cercano un auge en la exportación de productos artesanales desde la provincia de Manabí, que traerá como consecuencia la creación de nuevos puestos de trabajo, menos desocupación, un desarrollo económico en la región y una fuente de ingreso para el país, que posteriormente repercutirá en el PBI ecuatoriano.

A todo esto, Zelaya citado en Peñafiel (2010, p. 150), explica que las universidades están en la tarea de problematizar científicamente la realidad del entorno para buscar o diseñar modelos analíticos que permitan comprender alguna solución para resolver los problemas de forma esquematizada para que, luego esos conocimientos puedan ser difundidos y aplicados en la realidad; en resumen, ser un elemento activo en la solución de los problemas que afectan a la sociedad. En efecto, según Arteaga E. & Lasio V. (2011) el 34% de los emprendedores ecuatorianos recibieron algún tipo de capacitación en creación de empresa, la mayoría en la secundaria o en la universidad.

Esta investigación se basa en apoyar una gestión de innovación que pueda desarrollar la creatividad y el conocimiento de los emprendedores para usar material reciclado y reutilizarlos en la transformación de objetos que sirven y a precios más accesibles. El objetivo es conocer cómo impacta esta gestión de innovación en la calidad de los productos con materiales reciclados.

Por último, la tarea primordial de todo emprendedor consiste en “mostrarle a la gente por qué necesitan algo nuevo; el modo tradicional consiste en darles la tabarra a golpe de publicidad y promociones” (Kawasaki, 2007). Esta publicidad debe ser acogida por alguna entidad estatal, por ejemplo, los Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento a fin de apoyar la creación de empresas emprendedoras que no contaminan el medio ambiente sino que realizan una tarea de conservadurismo y protección.

El problema general se demuestra en la siguiente pregunta:

¿De qué manera la Gestión de la Innovación, en la creatividad y el conocimiento, incide en la calidad de los productos, con la reutilización de materiales y nuevas técnicas de elaboración, en el emprendimiento de las MIPYMES manufactureras de productos artesanales ubicadas en la provincia de Manabí, Ecuador?

Los Problemas específico

- ¿Cómo influye la gestión del conocimiento en las Nuevas Técnicas de Elaboración de bienes en el



emprendimiento de MIPYMES que manufacturan productos artesanales, ubicadas en la provincia de Manabí, Ecuador?

- ¿Cómo influye la gestión de la Creatividad en la reutilización de Materiales en el emprendimiento de MIPYMES que manufacturan productos artesanales ubicadas en la provincia de Manabí, Ecuador?

Las organizaciones tienen en común la democratización de los procesos de innovación y la participación activa de los usuarios en los mismos. El elemento fundamental sobre el que gravita este nuevo escenario de la innovación consiste en alejarse del planteamiento que tradicionalmente se ha utilizado, basado en la cadena de valor orientada al producto, para acercarse a un enfoque centrado en el servicio. Con esta perspectiva, la cadena de valor y la innovación en los procesos se plantean como un proceso iterativo que implica al consumidor y cuyo objetivo es la creación de la experiencia de cliente.

La innovación influye en el crecimiento económico porque es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide la innovación de una sociedad. Se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro. Todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento el cual establecerá que tan lejos o que tan cerca estamos del desarrollo, económico por medio de la innovación de las empresas.

Otros temas de gran interés para el conocimiento del desarrollo económico son los relativos al papel que juega el capital social (calidad de las instituciones, grado de confianza social y en el gobierno, libertad para el desarrollo de iniciativas empresariales y sociales, entre otros factores).

La innovación siempre es una necesidad de ser aplicado en todo los escenarios de la vida; al realizar esta investigación, se hace un análisis sobre el empresario o el emprendedor innovador, a través de la gestión de la creatividad y el conocimiento de las técnicas para la elaboración de productos; con la novedad de utilizar como materia prima material reciclado.

En las provincias de Manabí – Esmeraldas de Ecuador hay muchas empresas que después del desastre natural de 2016, tuvieron problemas económicos e incluso el cierre de la misma por tal motivo se vio afectado el desarrollo socio – económico de las mencionadas Provincias.

La comunidad universitaria su visión es sacar a profesionales y entre ellos están los administradores (ingenieros comerciales) lo que hay una campaña de la ULEAM de ser administradores, innovadores, emprendedores. Este artículo permitió hacer un análisis de la incidencia de la innovación de los emprendedores artesanales en dicho sector económico por medio de las empresas manufactureras con materiales reciclado en la Provincia de Manabí.

Se realizó el análisis de los motivos que, de algún modo, el comportamiento de las empresas innovadoras afectan e influyen sobre los potenciales emprendedores y que es fundamental garantizar la efectividad de las políticas y programas que numerosos organismos están poniendo en marcha con el fin de fomentar el emprendimiento e innovación en el sector productivo y tenga la máxima efectividad en la reutilización de materiales que son reciclados para contribuir en la preservación del medio ambiente.

## **Objetivos de la Investigación**

### **El Objetivo General**

Determinar que la Gestión de la Innovación, en la creatividad y el conocimiento, incide en la calidad de los productos, con la reutilización de materiales y nuevas técnicas de elaboración, en el emprendimiento de las MIPYMES manufactureras de productos artesanales ubicadas en la provincia de Manabí, Ecuador.

### **Objetivos Específicos**

#### **Objetivo Específico 1**

Comprobar que la gestión de la Creatividad influye de manera eficaz en la reutilización de Materiales en el emprendimiento de MIPYMES que manufacturan productos artesanales, ubicadas en la provincia de Manabí, Ecuador.

#### **Objetivo Específico 2**

Establecer que la gestión del conocimiento influye eficientemente en las Nuevas Técnicas de Elaboración de bienes en el emprendimiento de MIPYMES que manufacturan productos artesanales, ubicadas en la provincia de Manabí, Ecuador.

### **Hipótesis de la Investigación**

#### **Hipótesis General**

La Gestión de la Innovación, en la creatividad y el conocimiento, incide positivamente en la calidad de los productos, con la reutilización de materiales y nuevas técnicas de elaboración, en el emprendimiento de las MIPYMES manufactureras de productos artesanales ubicadas en la provincia de Manabí, Ecuador.

#### **Hipótesis Específicas**

##### **Hipótesis Específica 1**

La Gestión de la Creatividad influye de manera eficaz en la reutilización de Materiales en el emprendimiento de MIPYMES que manufacturan productos artesanales, ubicadas en la provincia de Manabí, Ecuador.

##### **Hipótesis Específica 2**

La Gestión del conocimiento influye eficientemente en las Nuevas Técnicas de Elaboración de bienes en el emprendimiento de MIPYMES que manufacturan productos artesanales, ubicadas en la provincia de Manabí, Ecuador.

Generalmente cuando se piensa que la creatividad, se asocia con lo artístico y/o científico, e incluso cuando se lleva este concepto a las organizaciones, habitualmente es patrimonio de las comunicaciones en general o la publicidad en particular, sin embargo es algo que puede y debe ser aplicado en todas las actividades, tareas y funciones de la administración y el marketing, que es lo que nos preocupa en esta oportunidad. Por ejemplo, incrementar el servicio ofrecido a los clientes, lanzar nuevos productos, mejorar sistemas o procesos de trabajo, buscar formas de incrementar las ventas, hacer cambios en la logística, etc. (SCHNARCH KIRBERG, 2007).

### **Metodología**

El tipo de Investigación es una Investigación explicativa o causal: Cuando el investigador se plantea objetivos para estudiar el porqué de las cosas, hechos, fenómenos o situaciones (Hernández Sampieri, 2014). Es decir se analizan causa-efecto de la relación entre variables.

Este artículo presenta un diseño de investigación no experimental cuantitativo, pues se deja la variable independiente (Gestión de la Innovación) tal como la encontramos, sin modificarla, para ver su efecto sobre la

variable dependiente (Calidad de los productos artesanales). En este caso, los datos de las variables son tomadas a través de encuesta-cuestionario para obtener los resultados

Además, el tipo de diseño que se acoge es el transeccional, en este diseño se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Liu y Tucker, citados en Hernández (2014)). El propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. A su vez, los diseños transeccionales se divide en tres (como se puede ver en la siguiente figura), de los cuales tomaremos el diseño correlacional-causal pues se describe la relación existente entre las dos variables estudiadas. Primero se realiza la recolección de datos (en este caso, encuestas) y posteriormente ver su efecto. En la siguiente figura veremos gráficamente los tipos de diseños que existen resaltando los que se usan en esta investigación:

### **Población de Estudio**

La población está constituida por un conjunto de elementos que poseen características comunes, que son estudiadas por el investigador, para aplicar las generalizaciones que pueda inferir de la observación de la muestra. Así, según Lepkowski (2008) citado en Hernández Sampieri (2014, pág. 174) una población “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”.

El objeto de estudio/análisis está representado por las MYPIMES recicladoras de materiales reutilizables para ser destinados a crear objetos, sin necesidad de usar químicos o máquinas de gran capacidad de transformación para que, luego, puedan ser usados por las personas.

En esta investigación se considera como población a los dueños que están emprendiendo MYPIMES recicladoras que elaboren productos artesanales, estas se encuentran en toda la provincia de Manabí, los cuales dan alcance de cuánto relacionan la gestión de la innovación en la calidad del producto, es decir si los materiales que se recolecta tienen relación directa con su creatividad y sus conocimientos para realizar sus propias técnicas en la elaboración de sus productos.

### **Tamaño de Muestra**

La muestra está determinado tomando en cuenta solo a las MIPYMES recicladoras que se encuentran en los cantones de la jurisdicción 13D02 , donde están solo 3 cantones que son Jaramijo, Manta y Montecristi , pues estos tienen un enlace más directo (y por la cercanía) con la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, a la cual se deriva este proyecto.

En este caso, la muestra seleccionada serán todas las recicladoras que tienen como principal actividad el reciclaje de materiales y que desean emprender MIPYMES para la elaboración de productos artesanales. Estas pequeñas empresas recolectoras de materiales reutilizables están censados y localizados por las autoridades de los Municipios de la Jurisdicción 13D02, que suman 45 recicladoras, estas se pueden verificar en el Anexo N° 4.

### **Técnicas de Recolección**

“La metodología cuantitativa usualmente parte de los cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica con base en los cuales formula hipótesis sobre relaciones esperadas entre las variables que hacen parte del problema que estudia. Su contrastación se realiza mediante la recolección de información cuantitativa orientada por conceptos empíricos medibles, derivados de conceptos teóricos con los que se construyen las hipótesis conceptuales (Carlos Arturo Monje Álvarez, 2011)”.

Esta investigación cuenta, de manera general, con dos técnicas para la obtención de datos, como son:

- La revisión de documentos o análisis documental (Base teórica)
- Cuestionario y encuesta (Análisis de datos).

El presente estudio utilizará la técnica de encuestas para la recopilación de datos en el tamaño de muestra de esta investigación, es decir a los emprendedores de las 45 MIPYMES que recolectan material reciclado y puedan elaborar productos artesanales, que se ubican en la jurisdicción 13D02 de la zona 4 de Ecuador sobre su percepción en la gestión de la innovación en la creatividad para elaborar productos de calidad y valor para sus consumidores (ver cuestionario en el anexo N° 5) y por otro lado, otra encuesta a la misma muestra indiquen su nivel (Ver cuestionario en el anexo N° 4).

El presente estudio utilizará las técnicas de recopilación de datos como base para el análisis documental. Así mismo el uso de fuentes secundarias. Así mismo, se ha previsto recopilar la información que brinda las diferentes entidades gubernamentales, tanto por documentos e información en páginas web, como también datos proporcionados por las organizaciones que están emprendiendo para su desarrollo y crecimiento, ya que su objeto de esta investigación es proporcionar una idea clara sobre cuán importante es establecer una línea de innovación sobre la calidad de los productos.

El presente estudio utilizará el cuestionario como técnica para la recopilación de datos que está hecho a los Recicladores que están en el deseo de emprender una empresa para la elaboración de productos manufacturados con los mismos materiales reutilizables, estas se encuentran en Manabí, zona 4 – Ecuador, con las 45 empresas que solo se dedican a reciclar y vender aquellos materiales.

### **Referencias bibliográficas**

- Kuczarski, T. (1997). Innovación. Colombia: Mc Graw Hills.
- Adair, J. (1992). El Reto Gerencial de la Innovación. Colombia: Ed. Legis.
- AFUAH, A. (2004). Business models: A strategic management approach.
- Albomaz, M., & Fernández Polcuch, E. (1997). Indicadores en ciencia y tecnología: reencuentro de la política con la gestión,.
- Alles, M. (2006). Diccionario de Preguntas. Gestión por Competencias.
- Altamirano, M. (Octubre de 2011). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON LAS PYMES EN EL PERÚ Y SU ENTORNO ECONÓMICO. Lima, Perú: Escuela de PostGrado de la UPC.
- Alvarez Gómez de Cos, C. (2013). RECICLAJE Y SU APOORTE EN LA EDUCACIÓN AMBIENTAL.
- Álvarez Santos, J. (2015). EXPLORACIÓN Y EXPLOTACIÓN DEL CONOCIMIENTO EN ENTORNOS TQM.
- Álvarez Santos, J. (2015). EXPLORACIÓN Y EXPLOTACIÓN DEL CONOCIMIENTO EN ENTORNOS TQM.
- ANSOFF, I. (1977). Estrategia empresarial.
- ARAMBURU, N. (2000). Un estudio del aprendizaje organizativo desde la perspectiva del cambio: Implicaciones estratégicas y organizativas.
- Aramburu, N., Saenz, J., & Rivera, O. (2006). Fostering innovation and knowledge creation: the role of management context.
- Arteaga G., E., & Lasio M., V. (2011). EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD ECUATORIANA: Estado y oportunidades de mejora. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Australian Institute of Management. (2004). Innovation and imagination at work, (2nd Edition. ed.). Mellbourn:

McGraw-Hill.

Baraldi, E. (2008). *Strategy in Industrial Networks*.

Barceló, G. (1976). *El dirigente del futuro. Asociación para el progreso de la dirección*, Madrid.

Chacón Linares, E. (2012). *El reciclaje del hábitat social colectivo: estrategias y tecnologías*.

Chang Marcos Alegre. (2005). *Folleto Gestión Integral de los Residuos Sólidos Municipales*.

Cuesta, A. (2001). *Gestión de Competencias*.

Dehter, M. (s.f.). *Intrapreneurship. Obtenido de Liderazgo y Mercadeo*: [http://www.liderazgoymercadeo.com/artic\\_detalle.asp?id\\_articulo=142](http://www.liderazgoymercadeo.com/artic_detalle.asp?id_articulo=142)

Drucker, P. (1986). *La innovación y el empresario innovador*. Colombia: Norma.

Drucker, P. (1994). *Knowledge Work and Knowledge Society*.

Echeverría, J. (2006). *Modelo pluralista de innovación: el ejemplo de las Humanidades*.

Ecuador es el país con más emprendimientos en América Latina. (06 de Abril de 2013). Obtenido de El Telegrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ecuador-es-el-pais-con-mas-emprendimientos-en-america-latina>

Ernesto Fernández Polcuch, & Albornoz, M. (2001). *La medición del impacto social de la ciencia y la tecnología*.

Escorza Castell, P. (1997). *Tecnología e innovación en la empresa*. España.

Espinoza, O. (2005). *Folleto Segregación, Reciclaje y Comercialización de los Residuos Sólidos*.

Espinoza Oscar. (2005). *Folleto Segregación, Reciclaje y Comercialización de los Residuos Sólidos*.

Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2001). *The dynamics of innovation: From National Systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of University-Industry-Government Relations*.

Fiath, D. (2000). *Lo fundamental y más efectivo del cambio*. Colombia: McGraw Hills.

Flores Concha, G. M. (2014). *Tesis Maestría. Modelo Empresarial clústeres en Negocios Internacionales del sector exportador Mypes de confecciones textiles de Gamarra, Lima 2005-2012*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Freedman, C. (1997). *The Economics of Industrial Innovation*.

Gerard H.(Gus) Gaynor. (2002). *Innovation by Design: What It Takes to Keep Your Company on the Cutting Edge*.

Gifford, P. (s.f.). *Intrapreneuring, el empresario dentro de la empresa*. Colombia: Norma.

Gracia Hernández, M. (22 de Marzo de 2015). *Competividad Competencia y Crecimiento Económico. Elementos determinantes para el Desarrollo Económico*. Obtenido de Revista Milenio: [http://www.milenio.com/firmas/columna\\_ciencia\\_y\\_tecnologia\\_columna\\_ciencia\\_y\\_tecnologia/Competitividad-competencia-economico-Elementos-determinantes\\_18\\_486131420.html](http://www.milenio.com/firmas/columna_ciencia_y_tecnologia_columna_ciencia_y_tecnologia/Competitividad-competencia-economico-Elementos-determinantes_18_486131420.html)

Guillermo Alexandre Mendizábal. (2002). *LAS ESTRATEGIAS PARA LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN CASTILLA Y LEÓN*.

Harvard Business School Publishing. (2005). *Innovation handbook. A road map to disruptive growth*.

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación (Sexta Edición ed.)*. México: McGraw Hills.

Hippel, E. (1988). *The Sources of Innovation*,

Igartua Lopez, J. (2009). *Gestión de la innovación en la empresa vasca*.

Kawasaki, G. (2007). *El Arte de Empezar*. Barcelona: Ediciones Kantolla S. L.

LÓPEZ PÉREZ, R. (2012). *INNOVACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO: PROPUESTA DE UN MODELO HOLÍSTICO*.

Luna Lara, G. (2003). *Factores involucrados en el manejo de la basura doméstica por parte del ciudadano*.

Lundvall, B. (1992). *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*,

Mark Stefik and Barbara Stefik. (2004). Breakthrough Stories and Strategies of Radical Innovation.

Mejia Mejia, E. (2005). Metodología de la Investigación Científica. Lima: San Marcos.

Mora , G. (1995). Valores humanos y actitudes positivas. Colombia: Norma.

Morcillo Ortega, P. (2011). Innovando por Naturales, el pase lo dice todo. Madrid: Visión Libros.

Morcillo, P. (2006). Cultura e innovación empresarial: La conexión perfecta.

Nelson, R. (1993). National Systems of Innovation.

OECD/European Communities. (2005). Manual de Oslo: Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data.

Padilla, G. (03 de Febrero de 2002). Gestión de la calidad según Juran, Deming, Crosby e Ishikawa. Recuperado el 20 de Febrero de 2017, de Gestiópolis: <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-calidad-segun-juran-deming-crosby-e-ishikawa/>

Peñañiel, A. (2013). La vinculación Universidad-Empresa y su impacto de los Sistemas de Planificación en la Educación superior en Ecuador. Babahoyo: Universidad Regional Autónoma de Los Andes.

PETER SKARZYNSKI, & ROWAN GIBSON. (2008). Innovation to the core.

Ray, M. (1988). Un consumidor aún más poderoso. En R. Buzzell, Mercadeo en la era electrónica. (pág. 239). Colombia: Ed. Norma.

Robinson, A., & Stern, S. (2000). Creatividad Empresarial. México: Prentice Hall.

Rodeiro, D., & López, M. (2007). La innovación como factor clave en la competitividad empresarial.

Rodríguez, M. (1997). Pensamiento creativo integral. . México: McGraw Hills.

Sandoval Alvarado , L. (2005). Folleto Disposición Final y Tratamiento de los Residuos Sólidos.

SCHNARCH KIRBERG, A. (2007). Creatividad, Innovación y Entrepreneurship. *Recre@rte*(7).

Schumpete, J. (1912). Theory of Economic Development.

Schwab, K. (2016). The Global Competitiveness Report 2016–2017. New York: World Economic Forum. Recuperado el 20 de febrero de 2017, de <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index/>

Smarch, A. (2004). Marketing Creativo. Santiago de Chile: Publimark.

The Boston Consulting Group. (2006). Measuring innovation 2006.

Thompson J. (1999). A strategic perspective of entrepreneurship.

VERGARA REYES, D. (2009). “LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN MÉXICO EN EL MARCO DE LA POLÍTICA INDUSTRIAL Y TECNOLÓGICA. EL CASO DE LA INDUSTRIA DE LOS PLÁSTICOS.

Weisner, J. (s.f.). Tecnología e innovación. Seminario de tecnología y cambio social. Columbia, USA: Universidad de Columbia.

## Anexo 1. Centros Regionales de Coordinación para Emprendimiento - Zona 4

INSTITUCIÓN	Nombre	Cargo	Celular	Telf. Conv.	E-mail	Dirección del Centro de Emprendimiento	
1	GAD Municipal de Chone	Ec. Borys Gomez	0981084277	052-698650	<a href="mailto:borys751973@hotmail.com">borys751973@hotmail.com</a>	Colon y Bolívar esquina	
		Leonardo Andrade B.	0991456565	052-639396			
		Juan Pablo Dueñas A.	0981260303	052-638689			
2	GAD Municipal de Santo Domingo	Lidia. Clemencia Quispe	Líder Directora de Desarrollo Económico	0993199770	022-754912	<a href="mailto:Clemen1945@hotmail.com">Clemen1945@hotmail.com</a>	Av. Quíto y Av. Río Toachi, esquina (Ex escuela Caracas)
		Ing. Jaime Teran	Técnico de Desarrollo Económico	0994180801		<a href="mailto:cristina.lozano@santodomingo.gob.ec">cristina.lozano@santodomingo.gob.ec</a>	
		Ing. Lenin Benalcázar	Técnico de Desarrollo Económico	0997746354	022-754914	<a href="mailto:linin.benalcazar@santodomingo.gob.ec">linin.benalcazar@santodomingo.gob.ec</a>	
3	UNESUM	Eco. Vicente Zavala	Líder Gerente del CDEAE	0997162633	052-601387	<a href="mailto:vicentezavala51@hotmail.com">vicentezavala51@hotmail.com</a>	KM 1 VÍA A NOBOA CAMPUS UNIVERSITARIO - CENTRO DE EMPRENDIMIENTO
4	GAD Municipal Pedernales	Arq. Santana	Dirección de Planificación		052-681409 / 052-681410	<a href="http://www.pedernales.gob.ec">www.pedernales.gob.ec</a>	Av. Eloy Alfaro y López Castillo (Palacio Municipal, Tercer Piso)
		Ing. Cristian Bravo	Director del CDEAE	0989340354	052-681409 / 052-681410		
5	GAD Municipal Montecristi	Eco. Ronal Delgado	Técnico de planificación		052-627902	<a href="mailto:ilis_34@yahoo.es">ilis_34@yahoo.es</a>	Calle Sucre y Anibal San Andrés (Esquina)
		Ing. Juan Carlos Anchundia	Líder Director Administrativo		052-310052 ext 19 / 052310026	<a href="http://www.montecristi.gob.ec">www.montecristi.gob.ec</a>	
6	UTM	Ing. Youry Rezabala	Líder Gerente del CDEAE	0985554519	052632677 - 052632692 - 052637774	<a href="mailto:vrezabala@utm.edu.ec">vrezabala@utm.edu.ec</a>	Av. Urbina y Che Guevara - Portoviejo - Manabí - Ecuador
7	ULEAM-Manta	Ing. Hector Egas Salvatierra	Líder Gerente del CDEAE	0989018946	052-623740	<a href="mailto:egash.c.universitario@hotmail.com">egash.c.universitario@hotmail.com</a>	Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí - Vía San Mateo SIN - Manta- Ecuador

## Anexo 2. Matriz de Consistencia

La gestión de la innovación y su incidencia en la calidad de los productos de las empresas manufactureras de material reciclado

**Caso:** microempresas emprendedoras artesanales de la provincia de Manabí-ecuador, 2017

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Universo y muestra
<b>General:</b>  ¿de qué manera la gestión de la innovación, en la creatividad y el conocimiento, incide en la calidad de los productos, con la reutilización de materiales y nuevas técnicas de elaboración, en el emprendimiento de mipymes manufactureras de productos artesanales ubicadas en la provincia de manabí, ecuador?	<b>General:</b>  Determinar que la gestión de la innovación, en la creatividad y el conocimiento, incide en la calidad de los productos, con la reutilización de materiales y nuevas técnicas de elaboración, en el emprendimiento de mipymes manufactureras de productos artesanales ubicadas en la provincia de manabí, ecuador.	<b>General:</b>  La gestión de la innovación, en la creatividad y el conocimiento, incide positivamente en la calidad de los productos, con la reutilización de materiales y nuevas técnicas de elaboración, en el emprendimiento de mipymes manufactureras de productos artesanales ubicadas en la provincia de manabí, ecuador.	<b>Independiente:</b> <b>X: gestión de la innovación.</b>  <b>D1: gestión de la creatividad:</b> <b>Indicadores:</b>  1. Originalidad 2. Nivel de inventiva 3. Productividad creativa <b>D2: gestión del conocimiento:</b> <b>Indicadores:</b> 4. Actividad 5. Conocimiento aprovechado 6. Rendimiento  <b>Dependiente:</b> <b>Y: calidad del producto</b>  <b>D1: reciclaje de</b>	<b>Método:</b>  9. Deductivo Analógico  <b>Diseño:</b>  11. Correlacional  <b>Técnica:</b>  12. Encuesta 13. Documental  <b>Instrument</b>	<b>Universo:</b>  Mipymes ubicadas en Ecuador.  <b>Población:</b>  Mipymes de la

Específicos:	Específicos:	Específicos:	materiales.	o:	industria artesanal
¿cómo influye la gestión de la creatividad en la reutilización de materiales en el emprendimiento de mipymes que manufacturan productos artesanales ubicados en la provincia de manabí, ecuador?	Comprobar que la gestión de la creatividad influye de manera eficaz en la reutilización de materiales en el emprendimiento de mipymes que manufacturan productos artesanales, ubicadas en la provincia de manabí, ecuador.	La gestión de la creatividad influye de manera eficaz en la reutilización de materiales el emprendimiento de mipymes que manufacturan productos artesanales, ubicadas en la provincia de manabí, ecuador.	<p><b>Indicadores:</b></p> <p>7. Tipos de material reciclable.</p> <p><b>D2: técnicas de elaboración.</b></p> <p><b>Indicadores:</b></p> <p>8.Nº de técnicas innovadoras.</p>	<p>14. Cu estionari o.</p> <p>15. E ncuestas .</p> <p><b>Presentación</b></p> <p>16. Pd f.</p> <p>17. Gr áficos en excel.</p> <p>18. Pp t.</p>	<p>ubicadas en la provincia de manabí, ecuador.</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>Mipymes productoras de panela granulada ubicadas en la provincia de loja-ecuador.</p>
¿cómo influye la gestión del conocimiento en las nuevas técnicas de elaboración de bienes en el emprendimiento de mipymes que manufacturan productos artesanales, ubicadas en la provincia de manabí, ecuador?	Establecer que la gestión del conocimiento influye eficientemente en las nuevas técnicas de elaboración de bienes en el emprendimiento de mipymes que manufacturan productos artesanales, ubicadas en la provincia de manabí, ecuador.	La gestión del conocimiento influye eficientemente en las nuevas técnicas de elaboración de bienes en el emprendimiento de mipymes que manufacturan productos artesanales, ubicadas en la provincia de manabí, ecuador.			



Anexo 3. Jurisdicción 13D02 como muestra de la Investigación.



Anexo 4. Recicladoras de la jurisdicción 13d02

Recicladoras del Canton Manta	Representante Legal	Dirección
1 CENTRO DE ACOPIO MENDOZA	FERNANDO MENDOZA MEZA	VÍA CIRCUNVALACIÓN TRAMO NO 2 - SAN CARLOS
2 COMERCIAL KEVIN JR	ALEXIS R. BOLAÑOS CEDEÑO	TRAS PINTURA ZAMBRANO LA ENSENADITA
3 COMERCIAL KEVIN JR	DELLY A. MANTALVAN LOOR	AV. 5TA CALLE 3,4 BARRIO LA ENSENADITA
4 COMERCIAL KEVIN JR 4	VICENTE R. MOREIRA CEDEÑO	CALLE 108 REDONDEL VIA EL PALMAR LOS ESTEROS
5 COMERCIAL PONCE	ALEJANDRO PONCE NUNURA	AVENIDA DE LA CULTURA- CALLE 11 FRENTE A LA BAHÍA
6 COMEREPON S.A.	GERÓNIMO PONCE CEVALLOS	VÍA SAN JUAN
7 COMPRA Y VENTA DE ENVASES VACÍOS	JIMMY F. ZAMBRANO ZAMBRANO	CALLE 117 BARRIO LA PAZ
8 ECOMUNDO RECICLADORA	OCTAVIO ANTONIO ROMERO VERA	VÍA A SAN JUAN SECTOR SAN ANTONIO
9 INTERCIA S.A.	ING. XAVIER ICAZA BUCHER	BARRIO LA VICTORIA CALLE 123 SN
10 RECICLADORA	REY RUMALDO CAMPOVERDE BALCAZAR	VIA SAN JUAN DE MANTA
11 RECICLADORA EL CHIVO	FRESIA CEDEÑO CASTRO	BARRIO 15 DE SEPTIEMBRE- VÍA A SAN JUAN
12 RECICLADORA FLORES	ALEX FLORES RIVERA	AVENIDA 113 BARRIO CENTENARIO
13 RECICLADORA LEONARDO	LEONARDO MENDOZA MEZA	CALLE 104 Y AV. 114 TARQUI ALADO DE LOS BOMBEROS
14 RECICLADORA LUIGI	LUIGI PONCE NUNURA	
15 RECICLADORA MENDOZA	FABRICIO MENDOZA CHAVEZ	BARRIO SAN AGUSTÍN CALLE S/N
16 RECICLADORA NELSON	NELSON VERA MACIAS	VIA SAN JUAN DE MANTA
17 RECICLADORA PAPICORRE	DIANA RUBIO DELGADO	VIA SAN JUAN DE MANTA
18 RECICLADORA PONCE	EDGAR PONCE	AV. 105 ENTRE CALLES 11 Y 12
19 RECICLADORA RECIMETALES	ROSA ADELAIDA CAIVA	CALLE 3 N° 1323 BARRIO LA ENSENADITA
20 RECICLADORA REPACA CIA. LTDA.	ING. NARCISO MENDOZA MEZA	VÍA A SAN JUAN FRENTE AL BOTADERO MUNICIPAL
21 RECICLADORA REPACA JR	ING. NARCISO MENDOZA MEZA	CALLE 119 ENTRE AVS 109 110 LA VICTORIA
22 RECICLADORA SUAREZ	ELIOVILDO O. CEDEÑO ESMERALDAS	PARROQUIA ELOY ALFARO
23 RECICLADORA SUBIA	PATRICIO SUBIA GONZALES	AVENIDA 113 Y CALLE ALES FRENTE A AUTÓNOMO MANABITAS
24 RECICLADORA SUCURSAL REPACA	CRISTIAN ARTEAGA	CALLE 319 AVENIDA 318 ELOY ALFARO
25 REPACA	ING. NARCISO MENDOZA MEZA	VIA SAN JUAN DE MANTA
26 RECICLADORA METAL PRISA	SALAZAR NATHALY	VIA ROCAFUERTE - MANTA
27 RECICLADORA DEL PACÍFICO	ROSA ANGELA BRIONES FARIA	VIA ROCAFUERTE - MANTA

<b>Nº</b>	<b>Recicadoras del Canton Montecristi</b>	<b>Representante Legal</b>	<b>Lugar que Recida</b>
1	Nº cédula 13062640-8	Cagua Vasquez, Flora Esperanza	Botadero Municipal "Montecristi"
2	Nº cédula 170950459-9	Loor Pico, Benito Santiago	Botadero Municipal "Montecristi"
3	Nº cédula 1315580076-3	Cedeño Rodríguez, Adriano Arsenio	Botadero Municipal "Montecristi"
4	Sin Nº cédula	Cedeño Rodríguez, Jesús Adrián	Botadero Municipal "Montecristi"
5	Nº cédula 130978122-5	Cendeño Rofríguez, Gabriel Manuel	Botadero Municipal "Montecristi"
6	Nº cédula 130620639-0	Vera Rodríguez, Marcos Adriano	Botadero Municipal "Montecristi"
7	Nº cédula 091896386-9	Pilaloa Alava, Mercedes Aidee	Botadero Municipal "Montecristi"
8	Sin Nº cédula	Vera Cahua, Esperanza	Botadero Municipal "Montecristi"
9	Nº cédula 130547142-5	Lao Domo, José Cristobal	Botadero Municipal "Montecristi"
10	Nº cédula 130781771-4	Cevallos Ch., Clemente Moisés	Botadero Municipal "Montecristi"
11	Sin Nº cédula	Zambrano Lucas, Daniel Bienvenido	Botadero Municipal "Montecristi"
12	Nº cédula 155064675-6	Chávez Roque, José Ariel	Botadero Municipal "Montecristi"
13	Nº cédula 130355484-3	Cedeño Pompeso, Ricardo	Botadero Municipal "Montecristi"
14	Nº cédula 131170027-0	Vera Cagua, Carlos Alberto	Botadero Municipal "Montecristi"
15	Nº cédula 132004560-4	Vera Cahua, Rosa	Botadero Municipal "Montecristi"
16	Nº cédula 092809405-1	Dolores Guanoquiza, Acuaría	Botadero Municipal "Montecristi"
17	Nº cédula 130123333-4	Salvaterria Castro Juan	Botadero Municipal "Montecristi"
<b>Nº</b>	<b>Recicadoras del Canton Jaramijó</b>	<b>Representante Legal</b>	<b>Lugar que Recida</b>
1	RECICLADORA LUPITA	Briones Pincay, Manuel	Calle Alajuela y Av Naval

# Estilo Gerencial como parte de la Cultura organizacional y el desempeño laboral en las procesadoras de atún de la provincia de Manabí

**Flor María Calero Guevara**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
flor.calero@uleam.edu.ec

**Alexa María Cedeño Macías**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
alexa.cedeno@uleam.edu.ec

**Patricio Fabián Bucheli Ponce**

Universidad Tecnológica Indoamérica  
patriciobucheli@uti.edu.ec

## Resumen

Cultura Organizacional, elemento clave para que la empresa funcione en armonía, es la parte intangible que percibe el personal acerca de la organización y que ayuda en el desarrollo de su trabajo. En Manabí, se analizaron las procesadoras de atún en las ciudades Manta, Montecristi y Jaramijó, por ser de mayor representatividad en esta actividad. El objetivo es determinar la influencia que la Cultura Organizacional ejerce en el Desempeño Laboral; se analizaron 4 dimensiones de cultura: trabajo en equipo, comunicación organizacional, valores, estilo gerencial; 4 del Desempeño: puntualidad, satisfacción, productividad y rotación. La recopilación de información fue por encuestas aplicadas al personal administrativo, mandos medios y de planta de cinco empresas grandes (por número de personal contratado) y una pequeña; para el procesamiento de datos se utilizó el software SPSS. Haciendo el análisis se ha determinado que la hipótesis planteada, el Estilo Gerencial, dimensión de la Cultura Organizacional, influye en el Desempeño laboral es correlacional, es decir que existe una evidencia estadística de correlación lineal, positiva y fuerte entre las variables. Se concluye que, observando las dimensiones de las dos variables, el estilo gerencial es la influencia mayor en la satisfacción del empleado que logra mejor desempeño en sus labores.

**Palabras claves:** Cultura organizacional, trabajo en equipo, comunicación organizacional, valores, estilo gerencial, desempeño laboral.

## Abstract

Organizational Culture, a key element for the company to work in harmony, is the intangible part that the staff perceives about the organization and that helps in the development of their work. In Manabí, tuna processing plants were analyzed in the cities Manta, Montecristi and Jaramijó, for being of greater representativeness in this activity. The objective is to determine the influence that the Organizational Culture exerts on the Work Performance; 4 dimensions of culture were analyzed: teamwork, organizational communication, values, managerial style; 4 of Performance: punctuality, satisfaction, productivity and rotation. The collection of information was by surveys applied to administrative staff, middle and floor managers of five large companies (by number of hired staff) and a small one; SPSS software was used for data processing. The analysis has determined that the proposed hypothesis, the Managerial Style, the Organizational Culture dimension, influences the Labor Performance is correlational, ie there is a statistical evidence of linear, positive and strong correlation between the variables. It is concluded that, observing the dimensions of the two variables, the managerial style is the major influence on employee satisfaction that achieves better performance in their work.

**Keywords:** Organizational culture, teamwork, organizational communication, values, managerial style, works performance.

## Introducción

La Cultura Organizacional es un tema que se ha tratado de definir a lo largo de la vida empresarial de los países y ha motivado estudios por querer conseguir un ambiente laboral mejor para quienes realizan su actividad económica y que han hecho mérito para permanecer en ellas por su trabajo eficiente. La fidelidad que se espera del individuo que labora en una empresa se analiza por varios factores, como el profesional, el económico, las oportunidades de crecimiento laboral, y principalmente que las personas al realizar sus actividades tengan afinidad y desarrollen habilidades.

La Cultura Organizacional considerada como un proceso mediante el cual se analizan las creencias, costumbres, hábitos, valores, desarrollo profesional en la empresa, motiva a que estos factores puedan determinar el desempeño del personal, de allí su importancia. Es necesario el análisis de su inherencia en el desempeño laboral a través del análisis del rendimiento, donde el empleador tiene en cuenta factores como la capacidad de liderazgo, la gestión del tiempo, las habilidades organizativas y la productividad, para formar un criterio individual y determinar el empoderamiento en la organización.

Para hablar de la cultura organizacional se ha considerado el criterio de Stephen Robbins (2009), en su libro *Comportamiento Organizacional*, quien indica: “La Cultura Organizacional se refiere a un sistema de significado compartido por los miembros, el cual distingue a una organización de las demás. Este sistema de significado compartido es, en un examen más cercano, un conjunto de características claves que la organización valora. Las investigaciones sugieren que hay siete características principales que, al reunirse, capturan la esencia de la cultura en una organización: 1. Innovación y aceptación del riesgo; 2. Atención al detalle; 3. Orientación a los resultados; 4. Orientación a la gente; 5. Orientación a los equipos; 6. Agresividad; y 7. Estabilidad. Cada una de estas características existe en un continuo de menor a mayor. Entonces, la evaluación de la organización con respecto de las características da un panorama completo de la cultura de la organización. Este panorama es la base para los sentimientos de entendimiento compartido que los miembros tienen sobre la organización, el modo de hacer las cosas, y la manera en que se supone deben comportarse los miembros” (Robbins & Judge, 2009)

En referencia al Desempeño del Personal, se analiza el criterio de Chiavenato, quien afirma que las organizaciones están conformadas por personas y dependen de ellas para alcanzar sus objetivos y cumplir sus misiones. Para las personas, las organizaciones constituyen el medio de alcanzar varios objetivos personales en el mínimo tiempo y con el menor esfuerzo y conflicto. Muchos de los objetivos individuales jamás podrían conseguirse mediante el esfuerzo personal aislado. Las organizaciones nacen para aprovechar la sinergia de los esfuerzos de varias personas que trabajan juntas. Sin organizaciones ni personas no habría gestión del talento humano. Términos como empleabilidad y fomento del espíritu empresarial al interior de la organización o intraempresariado se emplean para mostrar, por un lado, la capacidad de las personas de conquistar y mantener sus empleos y, por el otro lado la capacidad de las empresas para desarrollar y utilizar las habilidades intelectuales y competitivas de sus miembros. (Chiavenato, 2009)

El Estilo Gerencial en la empresa se caracteriza por el trabajo en equipo, consenso y participación, características asociadas al estilo organizacional de los clanes. Algunos empleados consideran que el estilo gerencial de la organización se caracteriza por la iniciativa individual, innovación, libertad y originalidad; además, por una competitividad, producción y logros muy exigentes. La mayor parte de los encuestados consideran que el estilo gerencial favorece la seguridad del empleo, longevidad en el puesto y predictibilidad en las decisiones que toma la dirección de la empresa (Adhocrática). (Gómez & Prowesk, 2011)

El objetivo de la investigación es determinar la influencia que el Estilo Gerencial, como parte de la Cultura Organizacional, ejerce en el Desempeño Laboral. Como objetivos secundarios se analiza la influencia del estilo gerencial con las cuatro dimensiones del Desempeño, que son puntualidad, satisfacción, productividad y rotación. La hipótesis general que se quiere demostrar es que el Estilo Gerencial influye en el desempeño laboral del personal de las empresas procesadoras de atún de la provincia de Manabí. Este argumento servirá para conocer qué opinión tiene el personal de la realidad interna de la empresa. A través del análisis indicado se podría determinar si esta influencia es real en el caso de las empresas procesadoras de atún considerando que de las 6 estudiadas 4 tienen personal superior a las 900 personas.

La provincia de Manabí, ubicada en Ecuador, es una de las más grandes del país en extensión y donde se encuentran ubicadas las empresas de mayor relevancia en el procesamiento de productos del mar, a nivel nacional; este comentario hace justificar su estudio puesto que, al realizar el análisis de su personal, se vuelve necesario destacar cualidades que deben poseer los empleados para permanecer en las empresas y apoyar en los objetivos de la organización. Si nos referimos a su historia, hasta el año 1970 existían 3 empresas formales: Conservas Isabel, SEAFMAN, INEPACA, cuya producción abastecía el mercado nacional y exportaban productos muy competitivos a diferentes lugares del mundo. A partir del año 1980 comienza a desarrollarse la flota atunera para abastecer a las empresas que vieron en la actividad de enlatado de productos del mar, como una opción de negocio muy rentable. En la actualidad, el desarrollo de las empresas se ha logrado en la zona de Manta, Montecristi y Jaramijó, puesto que la provisión de materia prima lo hacen desde los dos muelles existentes. Según datos del Instituto Nacional de Pesca existen en Manabí 47 empresas dedicadas a la transformación de productos del mar, que están legalmente registradas; de ellas, se han considerado 6 que por su volumen representan el 80% del personal contratado de la zona.

El análisis del personal idóneo es un punto crítico de análisis puesto que, de lo investigado, no todas las empresas hacen evaluación del desempeño de todo el personal, lo que motiva que no siempre se cuente con el personal adecuado. Esta investigación orienta al análisis de la influencia que pueda tener el desempeño a partir de una cultura “ideal” y un análisis de desempeño poco tradicional que aporte a motivar el desarrollo del trabajo para el que fueron contratados.

### **Metodología**

Para establecer cómo se realizaría la recopilación de información, se definió por medio de encuestas que estuvieran orientadas a las dimensiones e indicadores que se han establecido para las dos variables intervinientes, (Ver anexo 1 – Matriz de Consistencia); se creó un cuestionario de 40 preguntas de acuerdo a la escala de Likert, más 8 de información básica, se discriminaron las personas que no laboran a tiempo completo, como indica el instrumento en su primera parte. La encuesta fue validada por 4 profesionales PhD, docentes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima – Perú y la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Si bien es cierto que el mayor número de personal es el que corresponde a los que laboran en planta, es precisamente al que no se le aplicó en la misma proporción las encuestas, puesto que ellos son quienes más rotación presentan, salvo los coordinadores de equipos, por ejemplo, de empaque, de sardinas, de etiquetado, entre otros, mientras que los administrativos y mandos medios entregarán información más real.

(Ver anexo 2 – Encuesta)

Las encuestas fueron aplicadas en 6 empresas de la zona de Manta, Montecristi y Jaramijó, en total se cuenta con 233 resultados, de allí se tienen como válidos 203 puesto que la diferencia correspondía a personal que no trabaja a tiempo completo en las empresas Conservas Isabel, Tecopesca, Inepaca, Eurofish, Seafman y Ocean

Fish. (Ver anexo 3 – Personal de las empresas encuestadas)

La información que se recopiló permitió conocer lo que para ellos es la Cultura Organizacional de su empresa; así como también consolidar la investigación como un aporte a este sector de la industria que tiene una elevada importancia en el país, principalmente en la zona descrita. La investigación es de tipo no experimental, transversal y explicativa de causa (V. independiente) – efecto (V. dependiente) por la medición de la relación entre las dos variables para probar la hipótesis. La consolidación de los datos se la realizó a través del software SPSS, donde se utilizó las correlaciones entre las dos variables con sus dimensiones.

## Resultados

Realizado el análisis estadístico a través de la correlación de las dimensiones de la Cultura Organizacional y el Desempeño, se observó que la dimensión de la Cultura, Estilo Gerencial, es la que se correlaciona en mayor medida con el desempeño, por lo que se ha diferenciado esta dimensión para correlacionarla con las cuatro dimensiones del desempeño. En la tabla siguiente se verifica lo indicado:

**Tabla 8.** Correlación de las dimensiones de la Cultura Organizacional y el Desempeño

Correlaciones		Desempeño Laboral
Trabajo en equipo	Correlación de Pearson	,427
	Sig. (bilateral)	,000
	N	203
Comunicación Organizacional	Correlación de Pearson	,496
	Sig. (bilateral)	,000
	N	203
Valores	Correlación de Pearson	,267
	Sig. (bilateral)	,000
	N	203
Estilo Gerencial	Correlación de Pearson	,524
	Sig. (bilateral)	,000
	N	203

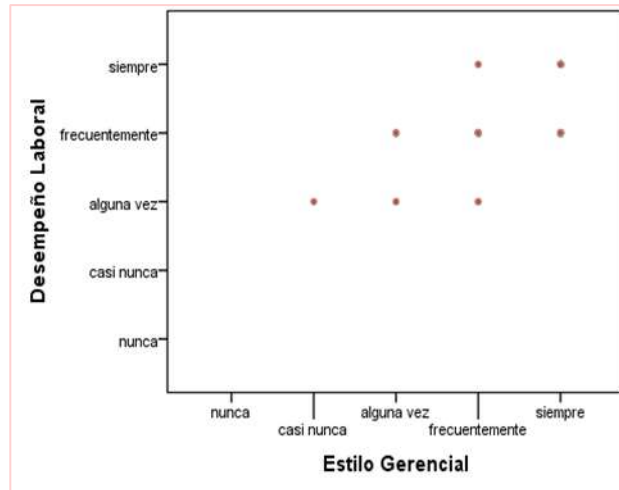
Las hipótesis determinadas son:

H<sub>0</sub> El Estilo Gerencial como parte de la Cultura Organizacional no influye en el desempeño laboral del personal de las empresas procesadoras de atún de la provincia de Manabí.

H<sub>1</sub> El Estilo Gerencial como parte de la Cultura Organizacional influye en el desempeño laboral del personal de las empresas procesadoras de atún de la provincia de Manabí.

El análisis del Estilo Gerencial, considerado en nuestra investigación como una dimensión de la Cultura Organizacional, y el desempeño laboral, a través del software SPSS se determina que existe una relación lineal, la relación es positiva – fuerte, de acuerdo al coeficiente de correlación  $r=0,524$ ; indicando que a mejor estilo gerencial el desempeño del personal, como respuesta, va a ser mejor.

**Figura 13.** Influencia del Estilo Gerencial en el Desempeño Laboral



**Tabla 9.** Correlación Estilo Gerencial -Desempeño Laboral

Correlaciones		
		Desempeño Laboral
Estilo Gerencial	Correlación de Pearson	,524
	Sig. (bilateral)	,000
	N	203

De acuerdo al valor  $p=0,000$  de la prueba de significancia de la correlación se rechaza la hipótesis nula porque existe correlación. Concluyendo el análisis se demuestra que existe evidencia estadística en la correlación alta-significativa entre el estilo gerencial como dimensión de la Cultura Organizacional frente al desempeño laboral. A partir del análisis realizado, también podemos verificar estadísticamente cuáles de las dimensiones del desempeño laboral con las que está más correlacionado el Estilo Gerencial, para lo que realizamos el presente análisis:

**Tabla 10.** Correlación Estilo Gerencial y dimensiones del desempeño laboral

Correlaciones		
		Estilo Gerencial
Puntualidad	Correlación de Pearson	,286
	Sig. (bilateral)	,000
	N	203
Satisfacción	Correlación de Pearson	,684
	Sig. (bilateral)	,000
	N	203

Correlaciones
---------------

		<b>Estilo Gerencial</b>
<b>Productividad</b>	Correlación de Pearson	,242
	Sig. (bilateral)	,000
	N	203
<b>Rotación</b>	Correlación de Pearson	,190
	Sig. (bilateral)	,007
	N	203

Existe una relación lineal clara, positiva y fuerte de acuerdo al coeficiente de correlación  $r=0,684$ , y de acuerdo al valor  $-p=0,000$  de la prueba de significancia de la correlación se concluye que la dimensión del Desempeño, Satisfacción, es con la que la correlación es alta-significativa, ante lo que podemos indicar estadísticamente que en la medida que el Estilo Gerencial es mejor para la toma de decisiones, la satisfacción del empleado mejora, teniendo como resultado un mejor desempeño.

### **Discusión**

Para establecer las dimensiones de las dos variables (Cultura y Desempeño), se tomó como base la teoría de varios autores que nos ayudaron a definir cuáles serían los parámetros más idóneos para analizar lo que hacen los directivos dentro de la empresa y las actitudes motivadas que realizan los empleados. A partir de las dimensiones se establecieron las preguntas para la encuesta que una o varias nos ayuden a tener un criterio claro de lo que la gente realmente piensa en función de lo que vive dentro de la empresa.

Cuando se especifica que el estilo gerencial es un factor importante y trascendental en la empresa, habiéndose demostrado estadísticamente, el análisis se realizaría observando las preguntas de la encuesta que motivaron estos resultados, por ejemplo cómo se sienten ellos cuando tienen libertad para tomar decisiones propias, cuando el trabajo es repartido en forma equitativa, cuando se los toma en cuenta para la elaboración de proyectos, cuando hay una política de contratación de personal idónea que permita asegurar que quien ingresa va a colaborar en el trabajo en equipo, y finalmente, cuando hay cambios de normas o toma de decisiones si se capacita en forma adecuada al personal para que se asegure que todos puedan apoyar los cambios y que los resultados puedan ser los esperados; entonces sí son factores que demuestran que el estilo gerencial que se mantiene es realmente el ideal para un buen equipo de trabajo. En el análisis también se observa que la satisfacción como dimensión del desempeño tiene una correlación mayor, porque las preguntas que orientan estas respuestas piden criterios acerca del manejo de ascensos dentro de la organización, reconocimiento por buen trabajo, se planifican las capacitaciones, se apoya a las capacitaciones externas y si están de acuerdo con la evaluación de desempeño. La satisfacción es una forma de medir los incentivos que observa el empleado y que ellos motivan a hacer un trabajo más eficiente porque saben que tendrán su recompensa. Se ratifica la influencia positiva del estilo gerencial en el desempeño del personal, no importa su nivel de cargo para percibir una cultura diferente, la que debe ser participativa y funcional. Cuando se habla de cultura participativa es la que permite que quien realiza el trabajo es quien puede sugerir cambios importantes dado que está en el lugar crítico de la empresa.

### **Conclusión**

Se concluye que, observando las dimensiones de las dos variables, el estilo gerencial es la influencia mayor en la satisfacción del empleado que logra mejor desempeño en sus labores. Si bien es cierto cada empresa mantiene



su política interna, no puede ser menos cierto que cuando se hace participativa todos se sienten involucrados, y esto contribuye a un mejor desempeño. Las evaluaciones del desempeño no en todas las empresas se aplican, pero un tema que podría ser tomado para discusión posterior podría ser el establecer cuál es la mejor evaluación del desempeño que pueda ser aplicada a este tipo de empresa tan sensible en un mercado nacional e internacional por la competencia local y por el costo bajo de la mano de obra en otros países que tienen este mismo tipo de actividad.

### Referencias bibliografía

ALLES, M. (2011). Diccionario de términos de recursos humanos. Buenos Aires: Granica S.A. Ediciones.

ARDANAZ, M., & ORTIZ, E. (2008). Introducción a la teoría económica. Venezuela: Editorial Texto.

Chiavenato, I. (2009). Comportamiento organizacional. México: Thomson.

Daft, R. L. (2011). Teoría y diseño organizacional (Décima ed.). (J. R. Martínez, Ed.) Col. Cruz Manca, Santa Fe, México DF, México: Cengage Learning.

Gómez, D. M., & Prowesk, K. S. (2011). Características de la cultura organizacional y comunicación interna en una comercializadora de lácteos de Cali. Pensamiento Psicológico,, 9(17), 57-68.

Robbins, S., & Coulter, M. (2014). Administración (Décima segunda ed.). (G. Dominguez, Ed.) Ciudad de México: PEARSON.

Robbins, S., & Judge, T. (2009). Comportamiento Organizacional (Décimotercera ed.). (P. Guerrero, Ed.) Naucalpan de Juárez, México, México: PEARSON.

Robbins, S., & Judge, T. (2013). Comportamiento Organizacional (Décimo quinta ed.). (G. Dominguez, Ed.) Ciudad de México: PEARSON

### Anexos

#### Anexo 1

#### Matriz de consistencia

Variables	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
<b>Variable independiente:</b> <b>Cultura organizacional</b>	Trabajo en equipo	1. Conocimiento sobre objetivos, metas, visión y misión 2. Participación 3. Actitud de colaboración 4. Organización 5. Logro de objetivos/alcance de metas 6. Grado de compromiso/satisfacción laboral	(1 (2 (3,7 (5,6 (4 (18
	Comunicación organizacional	1. Comunicación ascendente/ descendente 2. Uso de tic's para la comunicación 3. Comunicación personalizada 4. Comunicación horizontal 5. Retroalimentación de capacitaciones	(9 (28 (10 (11 (13
	Valores y personalidad	1. Honestidad en el trabajo 2. Respeto a las personas y al medio ambiente 3. Laboriosidad, perseverancia 4. Prudencia	(35 (29,23 (26 (34
	Estilo gerencial	1. Liderazgo estratégico 2. Creatividad en lograr soluciones 3. Toma de decisiones 4. Adaptabilidad al cambio	(21 (8,17 (14 (27

Variables	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
	Puntualidad	1. Registro de asistencia y justificaciones	(19

<b>Variable dependiente: Desempeño del personal</b>		2. Control de abandono del puesto de trabajo por talento humano 3. Llamados de atención por faltas injustificadas	(20) (25)
	Satisfacción	1. Oportunidad para ascensos 2. Reconocimiento por buen desempeño y puntualidad 3. Evaluación del desempeño en forma oportuna y periódica 4. Capacitación al personal	(22) (16) (24) (12,15)
	Productividad	1. Eficiencia 2. Eficacia 3. Compromiso laboral 4. Motivación	(32,38) (33,37) (36) (40)
	Rotación	1. Anclaje en un puesto de trabajo 2. Rotación en actividades dentro de un mismo departamento 3. Crecimiento horizontal y/o vertical	(31) (30) (39)

## Anexo 2

Información sobre empresas de la provincia de Manabí donde se aplicarán las encuestas

No.	Empresa	Total	Muestra n	División administrativa	Número personas	Muestra
1	TECOPECA	1147	50	Staff	9	
				Mandos medios	54	18
				Administrativo	50	18
				Operativos	1034	14
2	EUROFISH	1376	50	Staff	6	
				Mandos medios	50	20
				Administrativo	59	20
				Operativos	1261	10
3	CONSERVAS ISABEL S.A.	1254	50	Staff	8	
				Mandos medios	24	20
				Administrativo	54	20
				Operativos	1168	10
4	INEPACA	1022	42	Staff	8	
				Mandos medios	32	12
				Administrativo	42	16
				Operativos	940	14
5	SEAFMAN	1092	49	Staff	7	
				Mandos medios	31	12
				Administrativo	55	23
				Operativos	999	14
6	Oceanfish	250	24	Staff	3	
				Mandos medios	20	18
				Administrativo	48	
				Operativos	165	
<b>TOTAL</b>					<b>5402</b>	<b>241</b>

# Aplicación del Neuromarketing en la decisión de compra de vestuario por las personas no videntes

**Gabriela del Rocío Molina Ochoa**

Universidad Espíritu Santo  
grmolina@uees.edu.ec

**Teresa López M.**

Universidad Espíritu Santo  
tlopezm@uees.edu.ec

## Resumen

Actualmente, no basta con incentivar a los clientes a través de las características en el producto o variaciones en el precio, la clave está en entender verdaderamente los deseos del consumidor, para lo cual el Neuromarketing es el proceso aplicado a la investigación de mercados. Se realizó un estudio sobre el nacimiento del Neuromarketing y su evolución como disciplina debido a la necesidad de conocer los comportamientos del público y así adaptarse a los nuevos tiempos. La forma de comunicar influye directamente sobre la eficacia publicitaria de las campañas. La estimulación sensorial es capaz de generar emociones y sensaciones en el sujeto haciendo que este reciba información de manera inconsciente. El objetivo fue analizar la influencia del Neuromarketing sobre la decisión de compra de las personas invidentes. La metodología que se aplicó fue de tipo cualitativa. Se concluye que los invidentes sufren necesidades al no poder ver lo que están comprando, por lo que es necesario que siempre estén acompañados o que los vendedores brinden un excelente trato al cliente.

**Palabras claves:** Marketing, Neuromarketing, invidentes, Marketing Sensorial, decisión de compra

## Abstract

Currently, it is not enough to encourage customers through the characteristics of the product or variations in price, the key is in the real sense of the desires that the consumer is waiting for, so Neuromarketing will be the process applied to Research Markets A study was made on the birth of Neuromarketing and its evolution as a discipline due to the need to know the behavior of the public and adapt to the new times. The way you communicate directly influences the advertising effectiveness of the campaigns. Sensory stimulation is able to generate emotions and sensations in the subject causing him to receive information unconsciously. The objective of this work was to analyze the influence of Neuromarketing on the purchase decision of the blind people. The methodology applied was qualitative. It concludes that the guests suffer needs when not being able to see what they are buying, reason why it is necessary that they are always accompanied or the sellers provided an excellent treatment to the client.

**Keywords:** Marketing, Neuro – Marketing, blind, Sensory Marketing, purchase decision

## Introducción

La decisión de compra de los consumidores hacia un producto pasó de ser determinada por los precios, promociones y su calidad, a una etapa que se basa en la experiencia, mediante la cual el consumidor genera un vínculo con dicho producto y en especial con la marca.

La publicidad consiste en una técnica comercial, que tiene por objetivo conseguir la influencia de un producto sobre los públicos, con el fin de comunicar un mensaje, además de informar sobre diversos productos o servicios. La forma de comunicar influye sobre la eficacia publicitaria de las campañas, por eso las marcas tratan

de diferenciarse las unas de las otras contando con elementos característicos que sean fácilmente reconocibles para el público. (Feenstra, 2013)

Desde los inicios del siglo XXI ya es un hecho que el marketing ha generado un nuevo giro, el cual está dirigido a la experiencia. Disfrutar de la vida a través de los sentidos, las emociones, las acciones y las relaciones en todos los ámbitos, entre ellos, en el entorno comercial es la máxima satisfacción que pueden tener los consumidores (Schmitt, 1999). Este es el objetivo del cliente del siglo actual y el reto al cual se enfrentan todos los diseñadores y gestores comerciales.

Según Manzano (2015) “Los sentidos pueden reforzar los beneficios funcionales y emocionales, como los valores y personalidad para lograr mayor diferenciación y relevancia en mercados altamente competitivos”. La importancia de los sentidos es otra pieza fundamental en el puzzle de las estrategias publicitarias actuales. La estimulación sensorial es capaz de generar emociones y sensaciones en el sujeto haciendo que este reciba información de manera inconsciente.

Este tema es de importancia dentro de la sociedad, puesto que existen familias que tienen entre sus miembros a alguien que sufre algún tipo de discapacidad ocasionada por enfermedades como la diabetes, cuya consecuencia es sobre la vista.

La falta de visión es común en personas que tienen en su historial familiar problemas de diabetes y de ceguera, lo que hace difícil su desenvolvimiento dentro de la sociedad, sin embargo, eso ha ocasionado que las personas no videntes sean excluidas de cualquier tipo de actividad que conlleve mucha concentración.

Para el desarrollo de este estudio se empleó el caso de una señora no vidente. Se señala a través de sus experiencias como es el trato que reciben los no videntes al momento de decidir qué comprar y cómo incide esto en el desarrollo del Marketing.

El estudio busca formas de inclusión de las personas con discapacidad visual en espacios de comercialización y adquisición de productos al momento de realizar las compras de manera más independiente.

En el 2001, la Organización Mundial de la Salud (OMS) (Neves-Silva, 2016), con el objetivo de ofrecer una mayor unificación del concepto de discapacidad, establece una 2ª Clasificación Internacional del Funcionamiento de la Salud, en la que da la siguiente definición: El término genérico discapacidad abarca todas las deficiencias, las limitaciones para realizar actividades, las restricciones de participación, se refiere a los aspectos negativos de la interacción entre una persona (que tiene una condición de salud) y los factores contextuales que la envuelven (factores ambientales y personales).

El Informe Mundial sobre la Discapacidad de la Organización Mundial de la Salud (OMS) indica que: “más de mil millones de personas viven en todo el mundo con alguna forma de discapacidad; de ellas, casi 200 millones experimentan dificultades considerables en su funcionamiento” (Chan & Zoellick, 2011), por lo que la discapacidad es motivo de preocupación aún mayor, pues su prevalencia está aumentando.

Según la OMS en el mundo hay aproximadamente 285 millones de personas con discapacidad visual, de las cuales 39 millones son ciegos y 246 millones presentan baja visión. De acuerdo a la nota descriptiva de la OMS, con el arreglo de la Clasificación Internacional de Enfermedades, la función visual se subdivide en cuatro niveles:

visión normal, discapacidad visual moderada, discapacidad visual grave y ceguera. (Alvarez, 2015) La discapacidad visual moderada y la grave se reagrupan comúnmente bajo el término baja visión; la baja visión y la ceguera representan conjuntamente el total de casos de discapacidad visual.

Para realizar el estudio se procedió a determinar el porcentaje de Discapacitados, a partir de la Información Estadística de Personas con Discapacidad, realizado por el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (CONADIS, 2017) en el Ecuador. Según esta información hay 418.001 personas con diferentes discapacidades registradas (auditiva, física, intelectual, lenguaje, psicosocial y visual), en la Provincia del Guayas hay 100.176 personas con discapacidad. En el cantón Guayaquil, las estadísticas indican que hay 66.107 personas con las diferentes discapacidades: sexo femenino 28.125 y sexo masculino 37.982, de estas cifras estadísticas las personas con discapacidad visual corresponden a 7.124.

A nivel local no existen, para los invidentes, formas de comunicación en el área del Neuromarketing, lo que les ocasiona restricción de libertad al momento de decidir qué productos adquirir y malos tratos por parte de los vendedores. Es importante que exista disposición, intención y motivación suficiente para ellos. Tener «voluntad» es tan determinante como tener «habilidad», los resultados van a ser consecuencia de la integración de ambos aspectos.

La falta de colaboración de los vendedores, en la orientación para las personas invidentes, tiene mucho peso, ya que ellos no pueden tener acceso a la información requerida, lo que para un invidente es casi imposible adquirir el vestuario, determinar las características del mismo tales como talla, precio, color, etc.

El estudio pretende que las personas con discapacidad visual sean capaces de decidir, de manera independiente, lo que necesiten adquirir como es el vestuario. El Marketing Sensorial marca una nueva etapa en las tendencias enfocadas a satisfacer las necesidades de los consumidores, ya que esta se aleja del término ventas como prioridad y centra sus esfuerzos en el acercamiento personal y diferenciador con el cliente.

En la actualidad, todos los spots publicitarios, promociones y demás actividades influyen en los consumidores que solo basan sus decisiones de compra en el precio, la promoción y la calidad de los productos. Por consiguiente, la pregunta que se formuló fue: ¿Es posible por medio del marketing sensorial generar un vínculo con el consumidor para que la persona invidente sea capaz de manera autónoma adquirir lo que requiere? El objetivo de investigación consiste en analizar la influencia del Neuromarketing sobre la decisión de compra de las personas no videntes.

### **Marketing al Neuromarketing**

Para Kotler y Keller (2006) el Marketing es un proceso social por el cual tanto grupos como individuos consiguen lo que necesitan mediante la creación, la oferta y el libre intercambio de productos y servicios de valor para otros grupos o individuos. Es un intercambio de recursos con valor transaccional, realizado para satisfacer necesidades; desde el punto de vista económico, esta satisfacción produce un equilibrio transitorio entre la oferta y la demanda; el foco o centro de atención de esa relación es el ser humano y el que decide la acción es el cerebro.

El marketing desarrolla una serie de metodologías donde la ciencia neuronal produjo enormes avances en conocimiento fundamental del cerebro y su comportamiento, muestra procesos clave en la investigación, en la toma de decisiones, al mismo tiempo una planeación exitosa para las organizaciones a la hora de cumplir sus metas (Baptista, León, & Mora, 2012).

El Neuromarketing es la consistencia en la aplicación de la neurociencia en técnicas de investigación para que, a través de estas fluya en el marketing tradicional. Los métodos que existen como un electro encéfalo grafía (EEG) o una resonancia magnética funcional (fMRI) que se realizan a distintos postulados para observar las actividades cerebrales cuando se muestra una publicidad o anuncios revelan una activación. De esta manera la neurociencia permite observar las alteraciones por niveles de percepción (Ponce & Dolores, 2013). Randall (2015) lo define de una manera peculiar: la práctica de usar tecnología para medir la actividad cerebral en los consumidores y utilizar esa información en el desarrollo, la estimulación donde el cerebro guarda más información y tiene mayores procesos mentales.

Para entender de manera mejor el Neuromarketing se debe comprender qué es el marketing de empresas o la mercadotecnia. Una disciplina que comprende el comportamiento de los consumidores y el mercado, entendiendo la gestión económica y social con el único fin de captar y fidelizar a su audiencia por medio de la satisfacción (Howard J. , 1993).

Un ejemplo del Neuromarketing es la activación de las emociones del sujeto cuando se produce un comercial u observa publicidad. La correlación que existe entre el análisis de marketing tradicional y los nuevos resultados obtenidos con la neurociencia son positivos. Afirman que de esta manera sus respuestas, por parte de las estimulaciones son las únicas, se pueden derivar a respuestas fiables. (Randall & Bigley, 2005). Esta ciencia da un paso más al incorporar a su estudio la neuropsicología y las neurociencias, disciplinas que aumentaron la magnitud de radio para el estudio del consumidor, lo que crea una ciencia denominada neuromarketing. Sin duda, trajo consigo nuevos estudios e ideas al mercado y desarrollos estratégicos en las materias de producción, precios y canales de comunicación (Graham & Cateora, 2008, págs. 20-25).

Esto permite el desarrollo y el análisis de técnicas de imágenes, visualizando una evolución que no tan solo permite acentuar empíricamente un supuesto; además, brinda el acceso al campo del conocimiento, organizaciones con oportunidades de las aplicaciones en la gestión social y económica para las empresas. Esta nueva ciencia le da al hombre la opción de planear de una manera lógica el comportamiento del ser humano y pone en duda el juicio de una manera en postulados económicos al comportamiento y razonamiento del mismo (Braidot N. , 2009).

El llegar a conocer de mejor forma las reacciones del cerebro a estímulos era algo complejo, en la actualidad, se analizan las emociones, aprendizaje, sentimientos, recuerdos y percepciones. Los nuevos avances han ayudado a comprender la toma de decisiones y las conductas de las personas frente un producto o servicio. Busca entender como la información externa es asimilada por el sistema neuronal y transformado en grandes cantidades de información que el cerebro activa para transmitir o informar lo que se desea realizar, brindando un gran salto en los gestores de venta y producción (Benito & Guerra, 2011).

Según Moral (2012) la incorporación de la óptica experiencial en el marketing, con el objeto de avanzar en el conocimiento del comportamiento de compra de los consumidores se produce en los años 80, momento en que se empieza a tomar conciencia del valor de las emociones como elemento determinante en el proceso de compra. Este enfoque supone una orientación postmoderna del marketing, cambiando el carácter central del mismo en torno a la consideración de las personas como individuos emocionales interesados en lograr unas experiencias de consumo placenteras y agradables. Se encuentra comprobado que entre 75% y 90% de las activaciones neuronales se realizan en el subconsciente. Se busca obtener diferentes conclusiones que salgan de

la mente del consumidor (Universidad Complutense de Madrid, 2000).

### **La conducta de compra o del consumidor**

El neuromarketing estudia aspectos como: analizar y validar de manera efectiva todos los mensajes publicitarios, la conducta futura del consumidor debe ser estudiada desde sus acciones y sus impulsos neurofisiológicos, un eficiente branding de penetración en el mercado, de asentamiento local y segmentación, ayudan a centrar la verdadera expectativa y necesidad del consumidor (Brown, Broderick, & Lee, 2007).

Para Braidot (2008) conocer la conducta del consumidor, es aprender como el cerebro aprende y relaciona las cosas. El estudio de las sinapsis y sus modificaciones al aprender, muestran la conexión que existe al reconocer algo que ya se ha vivido antes. De esta forma relaciona emociones, experiencias o recuerdos y asocia lo anterior con lo nuevo que se va desarrollando, creando conocimiento y lo que a provocq un sin número de actividades neuronales en el cerebro.

Basado en emociones, el mundo vive una era en que la publicidad busca inmiscuirse en la parte más profunda del subconsciente, planificando estrategias en la marca para darle un nuevo sentido a los consumidores. Trabaja el hemisferio derecho mediante imágenes, colores y repeticiones, quedando impregnada mediante emociones, con eso pasar al hemisferio izquierdo para que la razón lo analice y justifique la compra o uso del bien o servicio (Willians, 1997).

Para teóricos como Kotler (1995) cumplir la necesidad o deseos de grupos o individuos a través del servicio o intercambio de producto, al final todo esto es un proceso administrativo y social.

### **Neuromarketing en el desarrollo de la empresa**

El NeuroMarketing estudia los procesos mentales que muestran una conducta y toma decisiones, Siendo las emociones las conductoras de respuesta de certeza a preguntas comerciales tales como el desarrollo en la empresa:

a) El tipo de emprendimiento que la empresa debe tomar a la hora de mejorar la fuerza de ventas para que ejerza una competitividad a la hora de la gestión, b) El método de la investigación para la verdad del mercado a conocer sobre lo que piensa, siente y aprende el consumidor, c) La mejor manera de poder persuadir a un consumidor para que acceda a comprar o quedarse el mayor tiempo posible, provocando un aumento de las compras, retorno del cliente y buenos comentarios, d) Encontrar de la mejor planificación con bases en el precio y costo, e) Analizar la satisfacción del cliente a los estímulos neuro-sensoriales de la producción o servicios que se esté ofreciendo (Braidot N. , 2006).

Su búsqueda finaliza en anticipar las necesidades y deseos de la conducta del consumidor. Para de esa manera fabricar una estrategia donde las empresas puedan tener una mejor llegada al cliente, deseando obtener más del mismo producto para su satisfacción (Braidot N. , 2011).

Según Cardinali (1991) los motivos del consumidor describen lo que las personas requieren para vivir, convirtiéndose en realidad cuando los desean o consumen el bien. Mediante esto la empresa usa la reflexión consciente, que es el uso que está debajo del umbral de la consciencia es decir la parte subconsciente del cerebro es aquella que graba y toma las decisiones.

### **Marketing Sensorial**

El marketing sensorial es un concepto relativamente nuevo, introducido en 1998, de la mano de Bernd Schmitt,

experto en marketing, y Alex Simonson. Ambos definieron el marketing sensorial con un objetivo muy claro: llegar a los consumidores a través del hemisferio derecho de su cerebro (el que apela las emociones), en lugar del izquierdo (el que llama a la razón). (Subirós-Saballs, 2015)

El marketing sensorial se define como aquellos elementos que el cliente percibe dentro del espacio de la compra, que construyen una imagen corporativa, que vinculan y estimulan los sentidos hacia un objetivo, que conforman una identidad corporativa, que sugieren comportamientos al consumidor, que emiten mensajes multisensoriales a propósito de un producto o servicio, que refuerzan los significados sensoriales de una marca, que suscitan emociones a los clientes, y que constituyen diferencias entre los participantes de un mercado puntual. (Gaviria, 2013)

Es fundamental entender la importancia de la percepción como una fuente de mejorar para las empresas, el desarrollo de mecanismos que van de la mano con la toma de decisiones de los consumidores, comprenden al cliente. Aprender del cerebro se vuelve fascinante a la hora de aplicar Neuromarketing, porque, además de recibir estímulos externos mediante el sistema nervioso que conecta con el cerebro, no tan solo registra, sino que también lo interpreta y lo procesa para su reconocimiento. (Braidot N. , 2011).

Por su parte, Gavilán, Manzano y Serra (2011) proponen el marketing sensorial como una comunicación dirigida a los cinco sentidos del cliente, que busca afectar su percepción de productos y servicios, influir en su decisión de compra y reforzar la experiencia global del consumidor mediante su componente sensorial para mejorar la valoración de una marca, conseguir la repetición de compra y, en última fase, aumentar la fidelidad del cliente. (Gaviria, 2013). Carles Casas afirma que lo que hace el marketing sensorial es ayudar a configurar un ambiente en el punto de venta que vaya acorde con la marca, pero en ningún momento la estrategia puede hacer cambiar un estado de ánimo al consumidor. (Subirós-Saballs, 2015)

El uso de la percepción es brindada por estímulos aplicados en filtros, siendo estos factores importantes de la apreciación de la realidad. El cerebro interpretará de la mejor manera que busque su beneficio y no el reflejo directo lo que está a su alrededor (Billings, 1990).

**Tabla 1:** El área y sus detalles en el marketing sensorial

Autor	Dimensión	Elementos
<b>Kotler (1973)</b>	Visual	Color, brillo, tamaño y forma
	Auditiva	Volumen, tono
	Olfativa	Aroma, frescura
	Táctil	Blandura, suavidad, temperatura
<b>Belk (1975)</b>	Entorno físico	Color, ruido, iluminación, clima
	Entorno Social	Presencia de otras personas, aromas, temperatura, limpieza
	Aspectos temporales	Tiempo
	Requerimientos de la tarea	Razones de Compra
	Estados antecedentes	Estados transitorios de humor, estado transitorio de fisiológicos

Autor	Dimensión	Elementos
<b>Baker (1986)</b>	Ambiental	Calidad de aire, temperatura, humedad, música, megafonía,



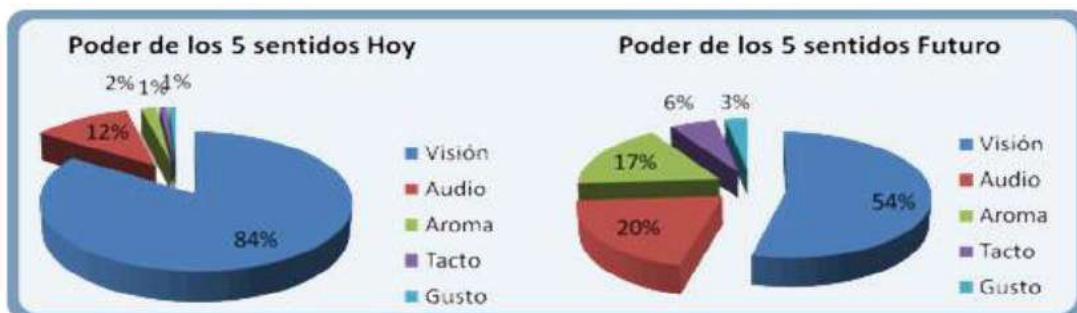
		aromas, limpieza
	Diseño	Estética: Arquitectura, decoración, materiales, colores, accesorio Funcionales: Diseño en planta, reporte del espacio, elementos de información
	Social	Número y variedad de consumidores, comportamiento del personal
<b>Bitner (1992)</b>	Condiciones Ambientales	Aun que en cierta parte sean imperceptibles influyen sobre los sentidos, el entorno relacionada a la iluminación, ruido, temperatura, música,
	Espacio y Función	Exposición, tamaño, relación espacial y forma del equipo o maquinaria que en el lugar está, permitiendo el desarrollo y el nacimiento de las ideas
	Signos, símbolos y artefactos	Diseñados para comunicar ideas a los usuarios de la localización
<b>Turley &amp; Milliman (2000)</b>	Diseño de Exterior	Rótulos, escaparates
	Condiciones Ambiente	Música, aroma, temperatura
	Diseño interior funcional	Trazo interior, mobiliaria y accesibilidad
	Diseño interior estético	Arquitectura, estilo y decoración
	Dimensión social	Empleados y consumidores

Fuente: Departamento Comercial o Investigación de mercado de la Universidad de Madrid, 2012 (Gómez & García, 2012)

Los sentidos de los consumidores son el motor que pone en funcionamiento el marketing sensorial. Según una serie de estudios realizados por la Universidad de Rockefeller en 1999, cada sentido tiene diferentes niveles de percepción y retención. Así pues, recordamos el 1% de lo que tocamos, el 2% de lo que oímos, el 5% de lo que vemos y el 35% de lo que olemos. (Subirós-Saballs, 2015)

La figura 1 muestra el poder de los sentidos: la vista es y seguirá siendo el sentido más desarrollado y utilizado. Aun así, hay que hacer énfasis en el sentido del olfato, pues su crecimiento es exponencial, pasa de un 2% hasta llegar a un 17%. El gusto, el tacto y el oído también sufren un incremento considerable, por ello, cada vez más, las marcas buscan desarrollar más la cohesión de los cinco sentidos y así mejorar su eficacia. (Subirós-Saballs, 2015)

Figura 1: El poder de los sentidos



Fuente: El poder de los sentidos hoy y en el futuro (Lindstrom)

## Atmósfera del Establecimiento y Dimensiones

Desde que los psicólogos ambientalistas determinaran que el ambiente y los estímulos físicos influyen en el comportamiento de los seres humanos, se concluyó que igualmente el ambiente del establecimiento habría de influir en el comportamiento del consumidor. Sin embargo, no fue hasta 1973 que Kotler acuñara el término de atmósfera definiéndolo como el control intencional de las variables ambientales con el fin de conseguir una determinada respuesta en el consumidor (Suárez, 2012), desde entonces, muchos autores han trabajado en la elaboración de clasificaciones de variables ambientales. En la tabla 1 se ofrece un resumen de las clasificaciones más destacadas. (Suárez, 2012)

### **No-videntes y sus herramientas**

No videntes o Invidentes son las personas que están prohibidas de la vista por diversas causas como haber nacido sin la vista o haberla perdido en el transcurso de su vida.

Se calcula que más de mil millones de personas —es decir, un 15% de la población mundial están aquejadas por la discapacidad en alguna forma [...]. Eso no es todo, pues las tasas de discapacidad están aumentando debido en parte al envejecimiento de la población y al aumento de la prevalencia de enfermedades crónicas. (Organización Mundial de la Salud, 2013, p. 7-8) (Bohórquez Mejía & Jaramillo López, 2014)

Según La Clasificación Internacional del Funcionamiento de la Discapacidad y de la Salud (CIF) (s.f., citado por Organización Mundial de la Salud, 2013, p.7), se entiende por discapacidad la interacción entre las personas que padecen alguna enfermedad y factores personales y ambientales. (Bohórquez Mejía & Jaramillo López, 2014)

En la época actual, se vive una revolución que ha ido modificando esta discapacidad, tratando al máximo de eliminarla, por medio de herramientas como el Braille y otros métodos perceptivos para la persona no vidente los puede aprender (Hernández, López, & Pedraza, 2011).

Antes, el no poder ver se convertía en un problema para la familia y la sociedad quedando fuera de muchas oportunidades. Las personas invidentes sufrían de limitaciones para acceder a la educación, información y un trabajo. Se desarrollaron apoyos para los lectores y relatos orales, el siglo pasado se creó el braille, lo que permitió a muchos invidentes ser parte de un grupo de lectura y a entender distintos conocimientos, brindándoles un grado de autonomía sobre lo que deseaban y de educación (Molina, 1972).

El filósofo, novelista, y matemático Denis Diderot confirmó en 1749 que los invidentes podían aprender, por medio de la percepción que sienten del mundo y lo que toman de él. Diderot, reconoció que los ciegos también podían aprender a leer y a escribir por medio de la capacidad de asimilar objetos con figuras y transmitirlo de modo lógico para una persona vidente. Esto fue solo la pauta que el hombre se fijara en esto y crea tecnología para poder subsistir (Lacan, 1987).

En la actualidad existen métodos mejorados, donde el invidente puede escuchar y mejorar la capacidad auditiva como las TICs; la cual se ha convertido en un elemento clave para los invidentes y los libros. No obstante, las personas que pueden adquirir estos productos poseen una buena economía, siendo el índice mayor para los países desarrollados y muy bajo para personas no videntes, distintos países subdesarrollados que sufren por falta de economía o por conocimiento de estas enfermedades (Iberoamericano, 2014).

### **Metodología**

La entrevista de nueve preguntas fue dirigida a dos personas invidentes para realizar una compra de ropa. La

encuesta tuvo como objetivo analizar el comportamiento de los vendedores cuando recibían visitas de personas no videntes. Las encuestas se aplicaron a 150 vendedores de los centros comerciales San Marino, Mall del Sol, Riocentro Ceibos y el de Samborondón los días sábados y domingos en diferentes horarios con el fin de conocer la perspectiva de cada persona encuestada.

## **Resultados**

La primera entrevista tuvo un grado más alto de características del contacto con el vendedor, buscó atención de primera y está cómodo a la hora de comprar, de modo que el producto cubra ese aspecto que tiene sobre él y su modo de vestir. En el caso de la segunda entrevista, entra con una perspectiva de comentarios externos y de confianza de sus referidos, queda al final una idea interesante sobre el lugar y los olores que se involucran en su compra.

Los entrevistados tienen una perspectiva única de un local o producto que nace de una misma idea, aunque ella provenga de diferentes modos. Se pudo entender la perspectiva de cada persona y de cómo su cerebro lo procesa para su beneficio, involucrando el entorno, el contacto y cubrir las necesidades.

Para las personas invidentes la hora de comprar ropa es compleja, por la gran dificultad de apreciar la blusa o las diferentes vestimentas y los colores, texturas, material que estas tienen. En la entrevista las personas contestan que la confianza en la persona que tienen a lado se confían en un 70% o 50 % no obstante si al tocar o al colocarse no se sienten a gusto, usan ese resto de porcentaje para negar y optar por algo diferente.

El primer encuestado, afirma que lo único que lo motiva a comprar es la buena atención que el vendedor le puede dar, busca con eso el contacto; aunque comenta que el entorno lo podría hacer ingresar mas no comprar.

El segundo entrevistado, confirma que el entorno es una gran catapulta para comprar, esta persona entra a un lugar donde tenga un área efectiva como: la humedad, sonido y el olor moderado, brindando una perspectiva de un lugar ordenado.

La paciencia es lo que un vendedor debe tener, en las dos entrevistas ambos están totalmente de acuerdo que el vendedor que se dirija a ellos debe ser muy descriptivo y atento para lo que busca. Una persona invidente no podrá encontrar una prenda sin la ayuda de un buen vendedor. La clave es cuan perceptivo es el vendedor y paciente para tratarlos.

Es primordial encontrar un local donde existan personas que lo atiendan de la mejor manera y sean honestos. Una de las nuevas técnicas de marketing es pasar de una persona a otra y llegar lo más lejos que se pueda. En el caso de los no videntes, al no poder saber si lo que tienen en frente es un color u otro, el vendedor es la persona que les ayuda a saber y decidirse por una compra. Por eso se buscan alguien que tenga valores, para que no exista inconveniente después y el invidente pueda dar buenos comentarios del local y su atención.

En ambas entrevistas se llegó a un acuerdo, se deb capacitar al vendedor y a todo el equipo que trabaja en el local para tratarlos con respeto y el local pueda vender. De igual manera ambos llegan a una conclusión, no tan solo ayuda a comprender a una persona invidente, sino que también armonizar la atención en la tienda y brindar una nueva visión sobre ella.

Se conoce que algunas bibliotecas del Ecuador poseen sistemas para invidentes, el cual brinda el audio y les permite conocer una amplia gama de libros y más opciones al comprar. Adicional mantiene el uso del lenguaje Braille para mejorar la comunicación. La implementación de tecnología mejoraría el neuromarketing, los

ayudaría de una manera abrumadora, el entorno y las herramientas de percepción también contribuirían a que ellos sean más autosuficientes y por ende a mejorar las ventas del local.

Los invidentes coinciden que quieren ser tratados con amabilidad, ser atendidos de una manera especial sin ofensas. Ellos necesitan de un vendedor paciencia y mucha habilidad. Los vendedores, administradores y dueños de tiendas deben humanizarse ante todas las personas que van a comprar.

Luego de analizar las encuestas se observó que 43,1% de los vendedores encuestados tienen edades entre los 29-38 años, mientras que un 35,3% está entre los 18-28 años y por último un 21,6% tienen entre 39-48 años. El 62,7% de vendedores encuestados en las distintas tiendas de ropa son de género femenino, mientras que el 37,3% pertenece al género masculino.

El 58,8% de los vendedores no tienen familiares que sufran de algún tipo de discapacidad, mientras que un 41,2% sí los tiene.

Después de realizar la encuesta a los vendedores de diferentes tiendas de ropa, se conoce que el 39,2% siente impaciencia al momento de atender a una persona no vidente, el 35,3% siente las ganas de ayudar a los no videntes a adquirir algún tipo de vestimenta, mientras que un 13,7% siente de incomodidad al momento de atender a una persona no vidente, el 11,8% piensa que es una pérdida de tiempo.

En relación a las capacitaciones en atención al cliente, el 86,3% de vendedores contestó que sería positivo recibir capacitaciones para darles una mejor atención, mientras que un 13,7% no está de acuerdo en que las capacitaciones puedan ayudar a mejorar la atención al público.

La atención que se brinda a las personas no videntes, el 37,3% de los vendedores sostienen que la atención es mala, mientras que el 31,4% califica la atención brindada como regular, el 11,8% lo calificó como bueno, solo un 9,8% piensa que la atención es muy buena y el 9,8% calificó la atención como excelente. De lo que se infiere que se debe capacitar a los vendedores para ofrecer un mejor servicio.

Como nos dice (Gaviria, 2013) el Neuromarketing va dirigido a los cinco sentidos del cliente, las tiendas de ropa deberían enfocar su atención en todo tipo de público, tanto para las personas sin algún tipo de inhabilidad como para los discapacitados, en ese caso enfocarse en los no videntes, que son personas que desarrollan mucho sus otros sentidos al tener uno afectado.

El trato que se brinda en las distintas tiendas de vestimenta debe ser mejorado para que cualquier tipo de persona que ingrese, ya sea para comprar o solo para observar lo que la tienda brinda.

## **Conclusiones**

Se concluye que los invidentes sufren necesidades al no poder ver lo que están comprando, por lo que hace necesario que siempre estén acompañados o los estén recomendando que llevar. Para ello la investigación ha demostrado que el neuromarketing cubrirá esa necesidad, cubriendo el entorno y el servicio permitiéndoles ser autosuficientes para elegir un producto. De modo que busca llegar al consumidor y vender un momento o sentimiento que más que un producto.

Se llega a entender que la capacitación a los vendedores y la reestructuración de las tiendas de ropa, podrían brindar mejoras en las ventas. El Neuromarketing es una ciencia que busca llegar al consumidor de manera persuasiva, para ello es necesario capacitar al vendedor, haciendo énfasis en la paciencia y la descripción en el

proceso de venta, es lo que un invidente necesita para comprar con autosuficiencia.

Se debe mejorar el uso del Neuromarketing para captar la atención de estos clientes debido a que también son parte de la sociedad y aún con discapacidades deben ser tomados en cuenta. ya que al igual que el resto de personas tienen necesidades que deben ser satisfechas.

### Referencias bibliográficas

- A, .. F. (2013). La Irrupción de la Neuropublicidad y sus Debates Eticos. *Daimon Revista Internacional de Filosofía* (59), 12.
- Alejandra, H. C. (08 de 05 de 2013). <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2309>. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2309>
- Alvarez, Y. (20 de 02 de 2015). Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación. Obtenido de El Diseño Universal en productos de consumo y la experiencia del usuario con discapacidad visual moderada: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/3276\\_pg.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/3276_pg.pdf)
- Amalia, U. F. (10 de mayo de 2015). <http://dspace.marymount.edu.co/bitstream/handle/123456789/607/Amalia%20Uribe%20.pdf?sequence=1>.
- Atehortua Rendón, César.; Castaño Quintero, Carlos. A.; et al. (2016). *Aportes y Reflexiones. Gerencia Estrategica de Mercadeo* (Primera ed.). Bogotá: Politécnico Granacolombiano.
- Baptista, M. d. (2012). Neuromarketing: Conocer al Cliente por sus Percepciones. *Revista digital Escuela de Administración de Empresas*, 4(3), 19.
- Baptista, M. V., León, M. d., & Mora, C. (2012). Neuromarketing: Conocer al Cliente por sus Percepciones . *Escuela de Administración de Empresas de Costa Rica*, 4.
- Benito, S. M., & Guerra, V. F. (2011). PROQUEST. Obtenido de <http://search.proquest.com/openview/eea3c9610f34a1ab62ad3f95581dc07b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=237372>
- Billings, W. L. (27 de Abril de 1990). Recuperado el 15 de Abril de 2017, de Illinois Wesleyan University: [http://digitalcommons.iwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=busadmin\\_honproj](http://digitalcommons.iwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=busadmin_honproj)
- Braidot, N. (2006). *Neuromarketing: neuroeconomía y negocios*. Puerto Norte Sur.
- Braidot, N. (2008). *Neuromanagement*. Buenos Aires: Granica.
- Braidot, N. (Mayo de 2009). Recuperado el 17 de Abril de 2017, de BrandSmith: [https://www.researchgate.net/profile/Nestor\\_Braidot2/publication/44240367\\_Neuromarketing\\_como\\_llegar\\_a\\_la\\_mente\\_del\\_mercado/links/0deec52359e47428b5000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Nestor_Braidot2/publication/44240367_Neuromarketing_como_llegar_a_la_mente_del_mercado/links/0deec52359e47428b5000000.pdf)
- Braidot, N. (2011). *Neuromarketing en accion*. Buenos Aires: Granica S.A.
- Braidot, N. (2011). *Neuromarketing en Acción*. Argentina: Ediciones Granica SA.
- Brown, J., Broderick, A. J., & Lee, N. (2007). *Word of mouth communication within online communities: Conceptualizing the online social network*. Elsevier.
- Canales, R. P. (28 de noviembre de 2013). NEUROMARKETING, ¿EL FUTURO YA ESTÁ AQUÍ? (F. DIALNET, Ed.) *Revista de Investigación*, 2(7), 11.
- Canales, R. P. (28 de noviembre de 2013). Neuromarketing,¿ el futuro ya está aquí? *Revista de Investigacion DIALNET*, 11.
- Cardinali, D. (1991). *Manual de Neurofisiología*. Madrid: Diaz de Santos.
- Cardinali, D. P. (1992). *Manual de Neurofisiología*. Madrid: Diaz de Santos.
- Castejón, Pedro Juan Martín & Pérez, Cristina Lázaro . (2013). Neuromarketing : la Última Frontera de la Comercialización. (F. DIALNET, Ed.) *Revista de Economía Gestión*(57), 25.
- Castellanos, Vicente & González, Daniel . (13 de diciembre de 2013). ¿Qué puede aportar la neurociencia al

marketing y a la investigación de mercados? REVISTA DE ESTUDIOS DE JUVENTUD(103), 193 (pag. 51-68).

Cerda, H. (1991). Los Elementos de Investigación como reconocerlos y construirlos. Bogotá: EL BUHO LTDA.

Cesar, H., F., P. L., & Danilo, L. (2011). Scielo. Obtenido de [http://www.scielo.org/scielo.php?pid=S0124-00642011000500015&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.org/scielo.php?pid=S0124-00642011000500015&script=sci_abstract&tlng=pt)

Chan Margaret Dr, & Zoellick Robert B Mr. (04 de mayo de 2011). Resumen: Informe Mundial sobre la discapacidad. Recuperado el 2017, de [http://cdrwww.who.int/disabilities/world\\_report/2011/accessible\\_es.pdf](http://cdrwww.who.int/disabilities/world_report/2011/accessible_es.pdf)

Chan Margaret, Z. R. (2011). Ediciones de la OMS, Organización Mundial de la Salud. Obtenido de Informe mundial sobre la discapacidad: [http://cdrwww.who.int/disabilities/world\\_report/2011/accessible\\_es.pdf](http://cdrwww.who.int/disabilities/world_report/2011/accessible_es.pdf)

Chan, M., & Zoellick, R. B. (2011). Informe Mundial sobre la Discapacidad. Ediciones de la OMS, Organización Mundial de la Salud., xi.

CONADIS. (02 de 2017). Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades . (M. d. Ecuador, Editor) Obtenido de <http://www.consejodiscapacidades.gob.ec/estadistica/index.html>

Cortés Céspedes, A. I. (15 de 11 de 2014). <http://unimilitar-dspace.metabiblioteca.org/handle/10654/13061>. (U. M. Granada, Ed.) Obtenido de <http://hdl.handle.net/10654/13061>

Costa Feito, A. (13 de 09 de 2016). <http://buleria.unileon.es/handle/10612/5501>. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10612/5501>

Falconí Castillo, Stefano Sebastián & Peñaherrera, Diego. (3 de diciembre de 2013). <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2647>. (U. S. Quito, Ed.) Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2647>

Falconí Castillo, Stefano Sebastián & Peñaherrera, Diego. (3 de diciembre de 2013). <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2647>. (U. S. Quito, Ed.) Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2647>

Falconí Castillo, Stefano Sebastián & Peñaherrera, Diego. (3 de diciembre de 2013). <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2647>. (U. S. Quito, Ed.) Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2647>

Feenstra, R. A. (2013). La irrupción de la neuropublicidad y sus debates éticos. Daimon Revista Internacional de Filosofía, 45-56.

Gavilán, Diana. Avello, María & Blasco, Francis . (12 de JUNIO de 2010 ). [http://www.marketing-trends-congress.com/archives/2010/Materiali/Paper/Fr/Gavilan\\_Avello\\_Blasco.pdf](http://www.marketing-trends-congress.com/archives/2010/Materiali/Paper/Fr/Gavilan_Avello_Blasco.pdf).

Gavilán. Diana, Avello. María & Blasco Francis . (12 de JUNIO de 2010). [http://www.marketing-trends-congress.com/archives/2010/Materiali/Paper/Fr/Gavilan\\_Avello\\_Blasco.pdf](http://www.marketing-trends-congress.com/archives/2010/Materiali/Paper/Fr/Gavilan_Avello_Blasco.pdf).

Gaviria, H. E. (Diciembre de 2013). El marketing sensorial: una lectura acerca de su implementación en los almacenes Befit, Chevignon y Vélez ubicados en el Centro Comercial El Tesoro de la ciudad de Medellín. Publicidad: Revista Latinoamericana de publicidad, 2(1), 26.

Gómez, M., & García, C. (Abril de 2012). Recuperado el 15 de Abril de 2017, de Mercasa: [http://www.mercasa.es/files/multimedios/1336046531\\_pag\\_030-040\\_Gomez.pdf](http://www.mercasa.es/files/multimedios/1336046531_pag_030-040_Gomez.pdf)

Gonzalo Vázquez Gómez. (2000). Recuperado el 18 de Abril de 2017, de Universidad Complutense de Madrid : [https://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev\\_numero\\_01/articulo6.html](https://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_01/articulo6.html)

Graham, J., & Cateora, P. R. (2008). El plan de Marketing. Cengage.

Howard, J. A. (1993). El Comportamiento del Consumidor en la Estrategia del Marketing. (D. d. Santos, Ed.) Australia.

Iberoamericano, C. (2014). Informe sobre ciegos, libros y tecnología. Congreso Iberoamericano , Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación. Argentina: LEUONA, MAL.

- John A. Howard. (1993). El Comportamiento del Consumidor en la Estrategia del Marketing. (D. d. Santos, Ed.) Australia.
- Kotler, P. &. (2006). Dirección de Marketing. En P. &. Kotler, Dirección de Marketing (pág. 499). Mexico: PEARSON.
- Kotler, P. (2000). MARKETING (Vol. 9th). Estados Unidos: Pearson Australia.
- Lacan, J. (1987). Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis.
- Ledoux, J. (1999). El Cerebro Emocional. (Ariel, Ed.)
- Ledoux, J. (1999). El Cerebro Emocional. (Ariel, Ed.) Buenos Aires: Planeta.
- León Carrascal, X. C. (16 de enero de 2014). Repositorio Institucional UMNG. (U. M. Granada, Ed.) Recuperado el 2013, de Repositorio Institucional UMNG: <http://hdl.handle.net/10654/10870>
- Manzano, R. (2015). Comunicar con los sentidos en el punto de venta. Obtenido de Marketing Sensorial: <http://unimilitar-dspace.metabiblioteca.org/bitstream/10654/7585/1/CARDENAS%20REPIZO%20STEPHANIA%20-%20MARKETING%20SENSORIAL.pdf>
- Manzano. Roberto, Gavilán. Diana, Avello. María & Abril. Carmen . (2011). MARKETING SENSORIAL. Madrid: Pearson Educacion.
- Medina, Alicia -Guzmán, & Medina, Gabriela- Guzmán . (16 de mayo de 2016). TI NEUROMARKETING FRENTE AL MARKETING TRADICIONAL. (U. A. León, Ed.) Vincula Tégica EFAN, 20.
- Mejía Bohórquez, Estefanía., Jaramillo López, Juan Fernando., et all. (2014). DISEÑO INCLUSIVO. Comunicación para personas con discapacidad visual aplicada al punto de venta. PUBLICIDAD, 3(1), 40.
- Molina, M. d. (1972). Unizar. Obtenido de <http://www.unizar.es/cuadernos/n04/n04a05.pdf>
- Moral, M. &. (2012). Nuevas tendencias del marketing: el marketing experiencial. ENTELEQUIA(14), 237-251.
- Morena Gómez, A. d. (2016). E-Prints Complutense. Recuperado el 05 de 01 de 2017, de <http://eprints.ucm.es/38701/>
- Nestor Braidot. (2008). Neuromanagment. Buenos Aires: Granica.
- Neves-Silva, P. &.-M. (26 de 04 de 2016). RED IBEROAMERICANA DE EXPERTOS EN LA CONVENCION DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD. Obtenido de Estudio descriptivo de las características sociodemográficas de la discapacidad en América Latina: <http://repositoriodcpd.net:8080/handle/123456789/1111>
- Philip Kotler. (1995). MARKETING (Vol. 9th). Estados Unidos: Pearson Australia.
- Ponce, R., & Dolores, G. (2013). Repositorio. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2693>
- Randall, K. (2015). Neuropolitics, Where Campaigns Try to Read Your Mind. The New York Time, pág. 3.
- Randall, K. (Abril de 2017). Recuperado el 18 de Abril de 2017, de FAST COMPANY: <https://www.fastcompany.com/user/kevin-randall>
- Randall, K., & Bigley, A. (Abril de 2005). Recuperado el 18 de Abril de 2017, de FAST COMPANY: <https://www.fastcompany.com/user/kevin-randall>
- Rodríguez, E. B. (1995). Más allá del dilema de los métodos. Barcelona: Norma.
- Salagre Domínguez, A. (14 de DICIEMBRE de 2016). <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/22205/1/TFG-N.610.pdf>. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/22205/1/TFG-N.610.pdf>
- Sanz Henar, I. (14 de diciembre de 2016). <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/16920>. (U. d. Trabajo, Ed.) Obtenido de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/16920>
- Sarquiz Palmeros, Farah Suad & Arroyo Reyes, Concepción Guadalupe . (14 de 10 de 2013). <https://core.ac.uk/download/pdf/19668798.pdf?repositoryId=605>.
- Schmitt, B. (1999). Free Press. Obtenido de Experiential Marketing: <http://www.marketing-trends->

congress.com/archives/2010/Materiali/Paper/Fr/Gavilan\_Avello\_Blasco.pdf

Suárez, M. &. (2012). Cómo desarrollar la atmósfera del establecimiento comercial. Marketing sensorial: Distribución y Consumo, 30-40.

Subirós-Saballs, E. (24 de 08 de 2015). <http://reunir.unir.net/handle/123456789/3248?show=full>. Obtenido de <http://reunir.unir.net/handle/123456789/3248?show=full>

Torreblanca, Francisco, Recuerda, Ana Mengual, & et all . (2012). Neuromarketing: La emocionalidad y la creatividad orientadas al comportamiento del consumidor. 3C Empresa, 1(6), 11.

Torres, C. A. (2010). Metodología de la Investigación. Colombia: PEARSON EDUCACION.

Uribe Fernández, A. (14 de 10 de 2015). <http://dspace.marymount.edu.co/bitstream/handle/123456789/607/Amalia%20Uribe%20.pdf?sequence=1>.

Velásquez Amen, K. (16 de junio de 2015). <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10528>. (U. Guayaquil, Ed.) Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10528>

Villalobos Contreras, Melissa & Soto de Clavero, Ana Isolina. (abril de 2013). NEUROMARKETING: MÁS ALLÁ DE LA TEORÍA, UN ACERCAMIENTO EXPERIMENTAL AL CLIENTE. (V. Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, Ed.) MARKETING VISIONARIO, 18.

Willians, L. (1997). Aprender con todo el cerebro, estrategias y modos de pensamiento visual, metafóricos y multisensoriales. TELOS: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 3.



# Nuevos modelos organizacionales: La tendencia de Freelance en Ecuador

Ing. Marjorie Acosta, MBA.

Universidad de Guayaquil  
marjorie.acostav@ug.edu.ec

## Resumen

La presente investigación tiene como objetivo analizar los aspectos más relevantes de la tendencia de los Freelance como nuevo modelo organizacional en el Ecuador tomando como estudio de caso Guayaquil, ciudad de mayor auge productivo. Como metodología se empleo el estudio de campo y documental mediante la realización de encuestas al igual que, la revisión de documentos. Los resultados fueron sustancialmente reveladores, mostrando la tendencia hacia un trabajo sin horarios es cada vez mayor, se prefiere el hogar, el control de su propio tiempo y con particularidades definidas sobre los tipos de trabajo que realizan los guayaquileños, a quienes prestarían sus servicios, sus formas de cobro y las condiciones por las cuales eligen el trabajo freelance, es un nuevo reto un nuevo paradigma para la forma de trabajar en el Ecuador y en el mundo.

**Palabras clave:** Organización - Modelos Organizacionales - Organización Virtual - Organización Inteligente - Freelance

## Abstract

The present research shows the most relevant aspects of the Freelance trend as a new organizational model in Ecuador, analyzing Guayaquil, its city of greatest productive boom, generating inferences about its incidence factors, benefits and an overall look of this style at the level world. Surveys were conducted in the development of the research, using field research methodology and documentary as document review, statistics and history. The results were substantially revealing, showing the tendency towards a work without schedules is increasing, the home is preferred, the control of their own time and with particularities defined on the types of work performed by the Guayaquileños, who would render their services, Their forms of collection and the conditions by which they choose freelance work, a new challenge is a new paradigm for how to work in Ecuador and in the world.

**Keywords:** Organization - Organizational Models - Virtual Organization - Intelligent Organization - Freelance

## Introducción

En pleno siglo XXI en tan solo diez años se ha generado tantos cambios en la era de la Información comparables con los que se gestaron durante un siglo durante la revolución industrial, el trabajador pasó del campo a la fábrica y ahora fácilmente se desenvuelve desde su hogar otorgando a la compañía una alta rentabilidad en las funciones que desempeña. Las empresas que no se adaptan a la tecnología corren el riesgo de salir del mercado pues siguen pensando en modelos organizacionales arcaicos del siglo XIX. Los empresarios en la actualidad realizan un monitoreo constante de su modelo organizacional para establecer si este modelo le ayudará a alcanzar su planificación estratégica, ya que la determinación de una estructura organizacional adecuada procurará el apoyo a los empleados para que puedan desenvolverse en la organización de forma productiva y eficiente.

Las nuevas tendencias han hecho necesario que la empresa tradicional responda con un modelo organizacional adaptado a los crecientes cambios labores y formas de hacer negocios. Los profesionales convergen a relaciones inalámbricas con su compañía, quizás el futuro depare trabajar cada vez con menos personal dentro de las oficinas, lo que tiene directa influencia en las gestiones, en los planes de carrera, capacitación, transferencias y promociones e indudablemente el reclutamiento de nuevos perfiles que se requieran para esta organización y su flexibilidad.

La tecnología es responsable de los cambios en los patrones de trabajo y ha dado un giro total a la capacidad de que el trabajador tiene de ejecutar sus funciones. Se puede recibir y enviar correos electrónicos. Un profesional moderno puede encontrarse del otro lado del mundo y contactarse con sus colegas en las empresas sedes y mucho más ahora con las redes sociales. Y en el caso de acceso de información existen las nubes ya no se necesita dispositivos de almacenamiento físicos para acceder a los documentos de la oficina y en un mundo globalizado del siglo XXI todas estas herramientas vuelven al trabajador en altamente competitivo.

De todos estos cambios surge la tendencia “freelance” donde el individuo es móvil, ha dejado de tener un único trabajo para siempre, ahora es multitarea o participa de proyectos. El trabajo ya no es lugar donde acude cada día, el trabajo lo puede desarrollar en cualquier lugar y los profesionales cada vez están más dispuestos a trabajar a ese ritmo y modelo laboral. La convergencia de estos nuevos modelos de organización obliga a la necesidad de un debate sobre las consecuencias de esta tendencia en la sociedad y la economía, el marco jurídico que lo soporta y lo que debe hacerse ya que pueden generar resultados negativos sobre el resto de trabajadores tradicionales.

## **Desarrollo Marco Teórico**

### **Organización**

Como indica (Enriquez, 2017) la organización es un sistema formal porque es un ente creado para un objeto, es diseñada artificialmente para que cumpla la meta. Lo primero y fundamental de una organización debe ser el grupo de personas que la conforman. Ese es uno de los factores básicos en la era actual, las personas forman las organizaciones, son las que ayudan a obtener los resultados y son las que se vuelven más flexibles a las nuevas exigencias laborales para llegar a la consecución de los objetivos trazados.

Una de las definiciones más conocidas es la de Schein, para él una organización es: “la coordinación planificada de las actividades de un grupo de personas para procurar el logro de un objetivo o propósito explícito y común, a través de la división del trabajo y las funciones, y a través de la distribución jerárquica de la autoridad y la responsabilidad”. (Schein, 1991). Otra definición importante de acuerdo a (Porter, Lawler, & Hackman, 1975) es que las organizaciones están compuestas de individuos o grupos en vistas a conseguir ciertos fines y objetivos, por medio de funciones diferenciadas que se procura que estén racionalmente coordinadas y dirigidas y con una cierta continuidad a través del tiempo. Estos autores focalizan la composición de las personas o grupos y nuevamente se reitera el concepto de organización y su eje en las personas.

Luego de la breve reflexión sobre las definiciones de organización es importante ahora analizar la conceptualización de los modelos organizacionales las cuales a través de los distintos autores muestran una evolución continua y constante acorde al desenvolvimiento de las organizaciones del siglo XXI.

De acuerdo a (Enriquez, 2017) los modelos modernos se subdividen de la siguiente forma:

- **Inteligentes:** La utilizan las organizaciones que trabajan en conjunto como un todo, de una forma creativa, innovadora y participativa. Es por eso que también se acelera el proceso de aprendizaje organizacional por medio de valores, hábitos y políticas que practican los mismos miembros.
- **Basadas en equipos:** Las organizaciones que utilizan este modelo se enfocan a que todos los miembros sean participativos y se comprometan a alcanzar los objetivos de la empresa, utilizan una cultura de cooperación.

- Corporaciones horizontales: En las organizaciones que la aplican las jerarquías se van haciendo más planas y también se eliminan los límites entre departamentos, lo que conlleva a que por parte de los subordinados haya más comunicación con sus superiores.
- Sin fronteras: Este tipo de organización elimina la cadena de mando así mismo tener una expansión de control en forma ilimitada lo que provocaría cambiar los departamentos por funciones.
- Virtuales: Son las organizaciones que hacen uso de la tecnología, debido a que los miembros de la organización se encuentran geográficamente distantes así como no cuentan con una estructura física.
- En red: Es el modelo que realiza el abastecimiento externo de la organización en sus funciones de negocios, así también permite mejorar la comunicación con sus miembros.
- Pirámides invertidas: Es el modelo de organización que incluye pocos niveles de administrativos, por lo que los operarios que estaban en los niveles más bajos pasan a estar en la cúpula, estos empleados son necesarios para que puedan desarrollarse de manera eficiente.

Según (Henry, 2013) la globalización, la creciente competencia entre empresas, la diversificación de los productos comercializables y las fluctuaciones cíclicas en la demanda son algunos de los procesos que en las últimas tres décadas han trastocado fuertemente el escenario económico y que han llevado a las empresas a encarar un tipo de reestructuración productiva que tiene como eje rector a la flexibilización, en todas sus variantes. De esta manera, se ensayan distintas formas de organización de la producción que sean capaces de otorgarles una mayor capacidad de adaptación a los cambios en el entorno y reduzcan sensiblemente sus costos fijos de funcionamiento.

Atendiendo a este análisis el marco donde se han desarrollado las nuevas tendencias laborales se enmarcan estrictamente al uso de la tecnología y las nuevas aplicaciones de ella en el mercado. El trabajador cada vez tiene más independencia y ya no piensa en su trabajo como un lugar donde realizar su labor para percibir un sueldo y prestaciones. Las empresas han tomado decisiones de otorgan mayor flexibilidad para unirse a estas tendencias, aunque en algunas sigue primando el presencialismo y el control de actividades del trabajador con tarjetas de control, relojes biométricos entre otras formas de saber qué, dónde y cuándo realizan algún tipo de movimiento sus empleados.

Sir Richard Branson expone su punto de vista e idea introdujo en las oficinas centrales de Virgin en Reino Unido y Estados Unidos para dar la importancia a la flexibilidad laboral, como explica en su blog: El trabajo flexible ha revolucionado cómo, dónde y cuándo realizamos nuestro trabajo. Así que, si ya no sirve lo de trabajar de nueve a cinco, ¿por qué tendríamos que aplicar reglamentos estrictos a las vacaciones anuales? [...]. Dejamos en manos del empleado la responsabilidad de decidir cuándo necesita tomarse unas horas, un día, una semana o un mes libres, porque estamos convencidos de que solo lo hará cuando esté seguro al cien por cien de que tanto él como su equipo están al día en todos los proyectos y de que su ausencia no va a perjudicar en modo alguno al negocio o, en consecuencia, ¡a su carrera profesional! (Branson, 2014).

Como nos indica (Médor, 2016) La cuestión es que el discurso empresarial de las últimas décadas tres o cuatro décadas se ha presentado bajo un traje ético integrado por una presunta apuesta por la subjetividad, felicidad, la libertad de los trabajadores, pero con una visión instrumental y engañadora de esos valores. El principal y casi

único interés que tienen las empresas creer que es maximizar sus márgenes de ganancias. El cambio en el discurso que acompaña no obedece a un interés genuino de su bienestar, sino que tienen la convicción que se gana más al hacer que el trabajador si sienta involucrado haciéndole creer que libre y es lo más importante para la empresa, todo esto tiene como consecuencia una adaptación constante de cada uno a lo que se espera de él. Creyendo en su crecimiento, el trabajador desaparece y se acoge a lo que la empresa le impone.

### **Freelance**

Proviene etimológicamente del término medieval inglés usado para un mercenario (free = independiente y lance = lanza), es decir, un caballero que servía a cualquier señor. Su principal característica es no mantener una relación de dependencia laboral, la página web (ABC, 2017) lo describe con un concepto claro y preciso como aquel trabajo de colaboración que desarrollan algunos profesionales, especialmente periodistas, los redactores, los traductores, los diseñadores, entre los más comunes, para más de una empresa o medio de comunicación con la cual no mantienen una relación de dependencia. Es decir estos trabajadores no tienen contrato ni fijo o temporal, pues colaboran de forma ocasional y esporádica obteniendo un pago por ello.

Según Acuña (2006) hoy día, al hablar de freelance se hace referencia a una definición menos literal, la de trabajador independiente, por lo que abarca a todas aquellas personas que deciden emplearse a sí mismas. En español, sin embargo, la aceptación del término es ciertamente reciente y se refería de manera fundamental a los periodistas que venden sus trabajos de forma independiente. Pero aunque el término sea novedoso en este campo, y más aún en nuestro idioma, lo cierto es que a lo largo de la Historia siempre ha habido periodistas que no cumplían las características de los que hoy conocemos como “de plantilla” o “contratados”.

Con ello un empleado freelance es autónomo, es su propio jefe en cierto aspecto, organiza sus jornadas y horarios en función de quien ha solicitado sus servicios. Con esta flexibilización muchísimas oficinas contratan a este tipo de trabajadores para cumplir tareas o proyectos específicos para la organización, incluso con el objetivo de no aumentar la nómina de trabajadores y poder obtener más y mejores resultados con este tipo de contratación. En el mercado freelance hay mucha competencia y solo los altamente efectivos permanecen en vigencia.

Una observación válida es la de (Martínez, 2003) que nos indica que actualmente quienes practican y prefieren el teletrabajo son los profesionistas independientes (freelance), quienes normalmente realizan actividades de asesoría y consultoría, los investigadores y aquellos trabajadores o ejecutivos que básicamente desempeñan su actividad habitual fuera de la oficina. La relación entre el jefe y el teletrabajador se sustentará primordialmente en un ambiente de plena confianza, en el cual se debe llegar a una serie de compromisos que incluyen la planeación de la actividad, definición de horarios, entrega de reportes, rotación de puesto (para evitar rutinas), visitas personales del teletrabajadora la oficina, visitas del jefe al teletrabajador y de sobremanera, mantener el sentido de autoridad en la relación, pues al no existir la presencia física del jefe o de supervisores, se pueden flexibilizar reglas que afecten la productividad.

Los gerentes deben tener plena conciencia que aunque sea un trabajador freelance, debe ser valorado, esto significa, dar la misma atención por igual a los trabajadores que asisten a la oficina, como a los que no. Debe dar prioridad a la relación laboral antes que la medición de los resultados del teletrabajo, si estas condiciones no se dan, el trabajador no mostrará la calidad esperada debido a su desmotivación al realizar sus actividades.

Esta tendencia de trabajo suena llamativa e interesante para muchos profesionales, principalmente para los adultos y jóvenes de entre 20 a 40 años, con alguna discapacidad física e incluso amas de casa. Cabe señalar que

debe ser tomado con seriedad para no generar algún tipo de fracaso profesional pues se debe contar con actitudes y aptitudes para desempeñarse en este rol, un sentido muy amplio de la responsabilidad y obviamente las destrezas y el expertiz necesario en el campo que te desarrolles en los aspectos comunicaciones, manejo de tecnologías de información, red de contactos, claridad en la negociación, entre otras cualidades y capacidades profesionales que un trabajador requiere para el desenvolvimiento de sus actividades.

No solo la tendencia freelance ha cambiado el mundo a medida que cambia el trabajo y la forma de organizar el mismo, (Fernández, 2014) detecta nuevas segmentaciones entre los profesionales:

Por un lado están los adolescentes digitales (Communteens), altamente interrelacionados, que desarrollan nuevas formas de comunicación. Las empresas que les busquen deberán dirigirse al espacio donde se mueven, que es Internet. También cita a los intermedios (In Betweens), cómodos en los estatus intermedios y acostumbrados al cambio. Se adaptan desarrollando estrategias personales con las que vencer la incertidumbre.

Los jóvenes globalizados (Young Globalists) tienen experiencia internacional, alta movilidad y han logrado competencias interculturales. Son los futuros directivos y utilizan todas las herramientas a su alcance para acceder al mundo globalizado.

Las familias latte-macchiato (café con leche) también están fuera de los cánones tradicionales. Aprecian que sus empleadores tengan políticas favorables a la familia. La categoría de esperanzados grises va más allá de la edad de jubilación y de estar en activo. Hacen viajes alrededor del mundo y creen que la vida en la ciudad es más vida que la del campo. Son muy participativos y muchas veces tienen un trabajo, bien en cooperación social o a tiempo parcial, en una empresa.

Por su parte, los emprendedores de plata (Silverpreneurs) siempre están activos, porque para ellos ser parte del mundo significa trabajar. Muchas veces, comienzan una segunda carrera para ganar calidad de vida. Lo que ellos encuentran especialmente interesante es aportar una vez más su experiencia y su conocimiento profesional a nuevos proyectos.

Como una connotación importante se tiene el impacto de los cambios administrativos y por ende de las competencias laborales que se exigen en la actualidad y que hacen notable y trascendente el trabajo de un freelance, la primera es el impacto de la tecnología, medido por el paso de la oficina tradicional a la ofimática moderna, existen actualmente una cantidad casi ilimitada de recursos para el desarrollo de las actividades de oficina, ahora ya no se administración se gestiona personas, recursos, etc. demandando cada vez más creatividad y uso de nuevas alternativas y finalmente la velocidad que es la característica del administrador moderno.

La segunda es el impacto organizacional caracterizado por la flexibilidad, empresas medianas de gran auge a la par de las industriales, culturas integradoras y constructivas ya no tradicionales, cultura de servicios y de resultados, todo esto encamina una nueva visión del trabajador, más libre y espontánea, que antepone los resultados por sobre la presencia física del trabajador en una oficina, los rendimientos son medidos diferentes y las evaluaciones generan cambios de impacto e importancia hacia la gestión.

La globalización, tercerización y la era del conocimiento, junto con las tendencias organizacionales y tecnológicas, generan una sinergia en la actividad laboral, lo que hace surgir nuevas tareas laborales en medio de la dinámica del mercado como lo expone la tendencia freelance.

Existen dos modalidades de trabajo freelance por proyectos y a través de la publicación de ofrecimiento de un servicio.

Determinar estadísticas en este tipo de mercado implica dificultad por los siguientes aspectos recogidos por (LanceTalent, 2013):

- No hay cifras oficiales o censos que identifiquen expresamente el número de trabajadores que hay por cuenta propia separados de comerciantes, agricultores y/o pequeñas empresas independientes (por ejemplo, al por menor).
- 2. Existe una falta de perfiles, por lo que el número de trabajadores independientes de cada cargo o estudio depende de diferentes definiciones.
- 3. Muchos freelancers no se identifican con el “espíritu empresarial” que les caracteriza.
- 4. La demografía es demasiado joven para sacar conclusiones e identificar externalidades dentro de un conjunto de datos relativamente nuevo.
- 5. No hay un número determinado de horas que hay que trabajar para que un profesional sea considerado freelancer.
- 6. Muchos freelancers, debido a la dificultad de los procedimientos administrativos, la burocracia y los altos impuestos, no son declarados como tales.

Se debe agregar además que no todos están registrados en páginas web para ofrecer sus servicios, ha mucha informalidad y las negociaciones se suelen hacer a través de contactos, a pesar de ello la presencia de los freelancer se encuentran en cada vez más tareas entre las cuales se puede mencionar de acuerdo a un informe de la revista Forbes:

**Tabla 1.** Tipos de Trabajo de Freelance

<b>Tipo de Trabajo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Redactor de contenidos</b>	Busca temas, los redacta y publica.
<b>Business Project</b>	Se encarga de crear nuevos proyectos y planes dentro de la empresa.
<b>Inspector de seguros</b>	Realiza inspecciones comerciales, identifica riesgos o fraudes.
<b>‘Social Media’ y ‘Community manager</b>	Actualiza y gestiona las redes sociales de una empresa.
<b>Contable</b>	Su trabajo consiste en llevar a cabo tareas de contabilidad, gestión de inventarios, realización de auditorías, presentar informes financieros o ayudar con las declaraciones de impuestos.
<b>Desarrollador web</b>	Encargado del desarrollo, mantenimiento, usabilidad, diseño, etc., de páginas web.
<b>Tipo de Trabajo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Asistente Administrativo</b>	Se encarga de supervisar contratos, tareas administrativas, contestar llamadas o actualizar bases de datos.
<b>Marketing</b>	Su trabajo consiste en analizar, diseñar e implementar las campañas estratégicas de la empresa.
<b>Diseñador gráfico</b>	Diseño de campañas de marketing, logos, aplicaciones, juegos, crear gráficos, editar.
<b>Enseñanza y tutoría</b>	En este caso online, apoyando mediante tutorías o seguimientos cursos en la web.

**Fuente:** (EKOS, 2014)

La página de internet Workana publica en su sitio una estadística mundial de los datos que ha podido recabar al ser uno de los portales más importantes a nivel internacional de contratación de freelancers, en las cuales se indica que el 59% de la comunidad freelance es de sexo masculino y el 41% son mujeres, lo que muestra la importancia y el crecimiento de la mujer e este tipo de mercado al poder trabajar desde casa.

El 38% de los freelance está en una edad comprendida entre los 31-35 años, seguida de un 32% de entre 26 a 30 años, otra estadística importante es que el trabajo se hace en casa en un 73% y luego entre un bar y oficina propia el 11%, solo un 11% utiliza espacios de coworking. El 46% de esta comunidad prefiere acordar un precio fijo y solo un 30% prefiere el pago por hora, el resto considera cualquier acuerdo válido. El 46% prefieren trabajar con PYMES y un 43% prima el trabajo con clientes extranjeros seguido de clientes locales con un 23%.

Otra información se muestra en la distribución porcentual del tipo de trabajo que se desarrolla, la Figura 1 muestra la estadística mundial al respecto.

**Figura 1** Profesión de Freelance



**Fuente:** Workana.com

Otro dato interesante como punto de reflexión es la razón por la cual las personas prefieren ser freelancers, los datos indican que aproximadamente el 49% lo hace para manejar sus tiempos y mantener la flexibilidad de elegir sus propios horarios para laboral, y cerca del 32% ve en esta modelo de trabajo la forma de tener un crecimiento personal sin limitaciones, es decir siente que el empleo o estructura profesional no les permite desarrollarse a plenitud dentro de su carrera. Solo una 14% lo hace porque no le gusta estar relacionado de forma dependiente y el 5% opina que este trabajo le ayuda a obtener un mejor ingreso.

**Figura 2** Razones para elegir el trabajo freelance



Fuente: Workana.com

Todo esto permite inferir que la tendencia está cambiando y los modelos organizacionales tienen que adaptarse a un personal que cada vez sobrepone a la estabilidad y los beneficios la libertad de manejar hora y lugar para realizar sus trabajos, principalmente en áreas en las cuales la tecnología prima y no es primordial estar sentado 8 horas detrás de un escritorio para cumplir la meta establecida.

La libertad del trabajo de freelance también conlleva a sensaciones de angustia y ansiedad, que contrarrestan las pretendidas ventajas de mayor libertad y variedad que implica desempeñarse como freelance. Si bien como indica (Henry, 2013), el hecho de que los colaboradores se hallen situados en inserciones laborales que están más cerca de la esfera del mercado que de la relación salarial clásica, les depara menores protecciones y derechos, ya que su forma de trabajo no ofrece garantías de estabilidad y solo permite acceder a mínimas protecciones sociales auto-solventadas, las cuales dependen enteramente de su capacidad de mantener una cierta regularidad en su actividad.

A pesar de ello, este trabajo cuenta con ventajas competitivas de acuerdo a un estudio desarrollado por (Osio, 2010) con aplicación al teletrabajo o freelance, la cual presenta los siguientes incisos:

- Flexibilidad para decidir cuándo, dónde y cómo teletrabajar.
- Autonomía en la organización y desarrollo de sus actividades.
- Movilidad.
- Mayor productividad, asociada al sentido de libertad en la realización de las actividades y por la oportunidad de poder elegir quehacer y en qué proyectos participar.
- Mayores oportunidades laborales, ya que no posee limitaciones geográficas para acceder a mejores oportunidades de trabajo.
- Mayor vida familiar, asociada a la flexibilidad del teletrabajo.
- Oportunidades de participación para personas discapacitadas, permitiendo insertarse en la comunidad sin problemas de rechazo.
- Menor desplazamiento para trabajar, lo que se traduce en ahorro en gastos de transporte; menos molestias y estrés.
- Capacidad de elección del entorno de trabajo.



- Capacidad de decidir el horario laboral y las pautas de trabajo.
- Realizar la mejor combinación de las exigencias laborales y extralaborales.
- Mejor calidad de vida y sólido desarrollo personal.
- Oportunidad de crecer profesionalmente al trabajar para empresas, no sólo locales y nacionales, sino internacionales.
- Crear nuevas empresas y oportunidades de trabajo para otros teletrabajadores.

En relación a las empresas, sus ventajas vienen dadas principalmente por los ahorros y la maximización del rendimiento de los recursos. Entre estas podemos citar:

- Menores problemas de convivencia entre los empleados, como consecuencia de la falta de interacción personal entre los teletrabajadores.
- Mayor productividad en la empresa, debido a que el teletrabajo, por lo general se realiza asignando trabajos por objetivos.
- Menor costo por puesto y menor necesidad de infraestructura, alno requerir de espacio físico para albergar a los trabajadores.
- Disponibilidad de una amplia gama de profesionales especializados(teletrabajadores), para quela empresa aborde sus trabajos o proyectos. Ello impactará en la calidad del producto y/o servicio que preste la organización.
- Ahorro en costos, al no existir la necesidad de invertir en sistemas de control de horario para los trabajadores.
- Disminución en los índices de ausentismo laboral de la empresa.
- Disposición de una mejor infraestructura de TIC para el desarrollo de los trabajos requeridos por la empresa, ya que los teletrabajadores deben poseerla para su desempeño profesional.
- Mejora en los plazos de entrega de los trabajos y proyectos, especialmente cuando los pagos se realizan por cumplimiento de objetivos pautados.
- Crecimiento y expansión geográfica de la empresa, sin realizar cambios estructurales, ni incrementar sus costos de infraestructura.
- Eficiencia en el desempeño de los puestos de trabajo, al existirla flexibilidad de ser manejados por distintos tele trabajadores.

Para Ecuador no hay estadísticas claras, la legislatura protege el trabajo que se establece mediante un contrato y no en este tipo de modelo, lo que sustenta lo enunciado anteriormente. Existen ya muchas páginas web que permiten la suscripción para los freelancers y el presente estudio buscará sondear el mercado y las expectativas del trabajo de Freelance en el Ecuador en una de sus ciudades de mayor movimiento productivo: Guayaquil.

### **Metodología**

El presente análisis se realizó en base de los métodos inductivo y deductivo, con un enfoque cuantitativo, se hará un análisis estadístico de los datos de la encuesta realizada en la ciudad de Guayaquil. Se utilizaron además metodología de investigación de campo y documental como revisión de documentos, estadística, historia y la correspondiente realización de encuestas. El estudio fue realizado durante el primer trimestre del presente año a un total de 400 personas, en relación a una muestra de la población económicamente activa de la ciudad de Guayaquil.

El procesamiento de la información de la encuesta se realizó a través de la herramienta informática Google Forms realizando los análisis con cuadros y gráficos de acuerdo a los resultados. El análisis permitió determinar

tendencias y expectativas con respecto al modelo freelance y su comparación con las estadísticas mundiales.

## Resultados

Los resultados de la investigación fueron los siguientes:

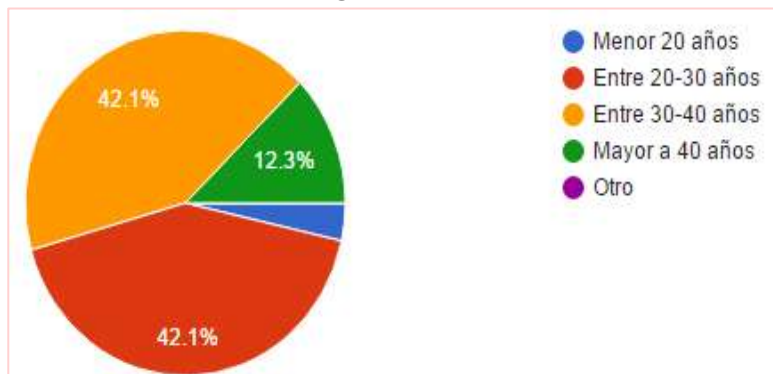
### Pregunta 1

El 74,1% de los encuestados correspondió al sexo femenino y el 25,90% correspondió al sexo masculino. Las mujeres son las más dispuestas al estilo freelance principalmente porque les permite estar en el hogar y atender a sus hijos sin tener que trasladarse a oficinas dentro o fuera de la ciudad.

### Pregunta 2

La edad de los entrevistados estuvo dentro de los parámetros establecidos y se agrupa en los siguientes porcentajes, lo que refleja una tendencia hacia las personas 30 a 40 años y así mismo los que tienen entre 20 a 30 años, también forman parte de esta tendencia, lo que es el común denominador a nivel mundial.

Figura 3 Edad



### Pregunta 3

El 70,7% de los entrevistados conoce el significado del término freelance, el porcentaje restante de 25,90% dijo que no y un 3,4% dijo que tal vez.

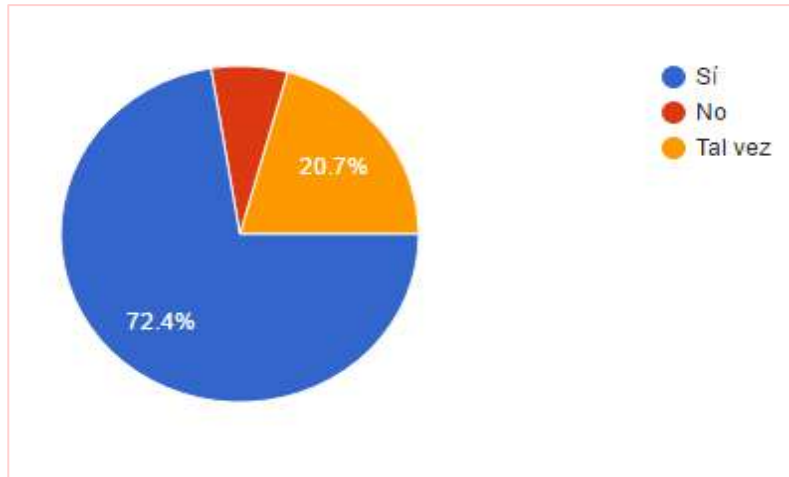
### Pregunta 4

Se le consultó a los encuestados si trabajan con freelance, obteniendo las siguientes respuestas: 82,8% no trabaja como freelance, un 10,3% si lo hace y ocasionalmente un 6,9% se dedica a estas actividades.

### Pregunta 5

Un resultado interesante fue que a los encuestados se les hizo la siguiente pregunta, una vez identificado correctamente el término freelance: Ser Freelance significa trabajar de forma independiente sin horario, sin ir a una oficina y desarrollar sus actividades profesionales desde casa. ¿Estaría dispuesto a convertirse en un Freelance?

Figura 4 Tendencia a convertirse en Freelance



El 72,4% de la población estaría dispuesta a convertirse en un trabajador freelance, y solo un 20,7% permanecería en un trabajo de oficina fijo y un mínimo porcentaje indicó que dependiendo de las condiciones podría considerar convertirse en freelance.

### Pregunta 6

Las respuestas anteriores motivaron la realización de la siguiente pregunta ¿Por qué motivo lo haces o lo harías?, a los cual se contestó en casi un 70% que el mayor atractivo para este mercado es la flexibilidad y manejo de sus propios horarios, seguido del crecimiento profesional.

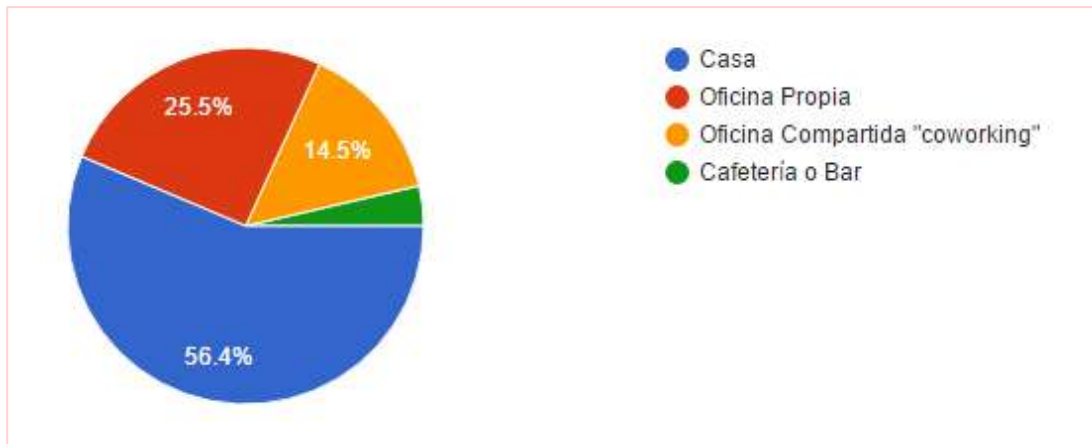
**Figura 5 Motivos para convertirse en Freelance**



### Pregunta 7

La siguiente pregunta se relaciona con el lugar: ¿Dónde desarrollas o desarrollarías tu trabajo como freelance?, a lo que los encuestados contestaron que prefieren en un 56% el hogar, seguido de oficina propia un 25% y los espacios de coworking un 14,5%.

**Figura 6 Lugar del desarrollo del Freelance**



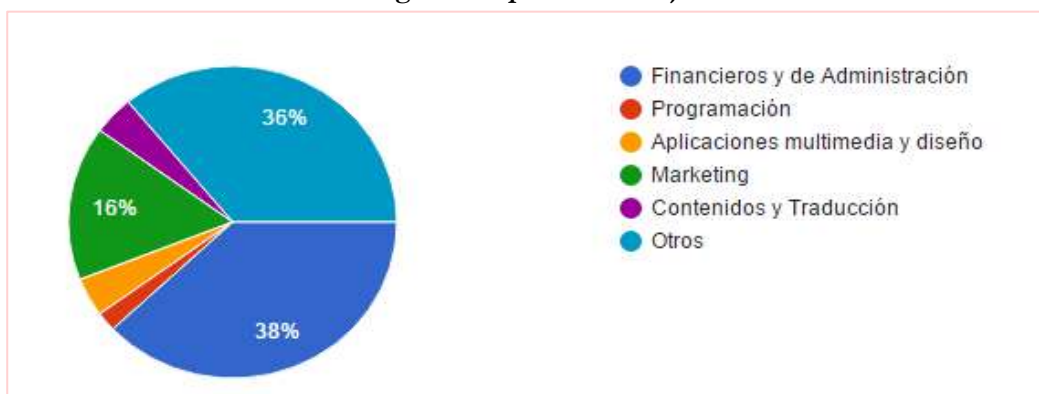
### Pregunta 8

Se les consultó también si al no existir un contrato formal de trabajo como realizarían el cobro de sus servicios, a lo que se respondió un 60.8% con pago fijo y un 35,3% con pago por hora, el porcentaje restante corresponde a otro tipo de pago (bonos, descuentos).

### Pregunta 9

Un tema importante en el mercado ecuatoriano es que tipo de trabajo se desarrolla como freelance, realizándose la siguiente pregunta se obtuvo los siguientes resultados, el mercado ecuatoriano principalmente realiza trabajos de índole financiero y administrativo, seguido de otros que engloban trabajos de otro (Capacitación, trabajos en el hogar, entre otros) y de marketing apenas un 16%. El resto de opciones tienen un porcentaje menor, si comparamos con los resultados mundiales el mayor peso los tienen los trabajos de programación, lo que refleja el tipo de preparación del ciudadano en el Ecuador.

Figura 7 Tipos de Trabajo



### Pregunta 10

Se les consultó también ¿Cuáles de los siguientes enunciados a su criterio son los beneficios de ser freelance? Marque las que considere necesarias, lo que resultó en la opción Control de tiempos de entrega y horarios de trabajo como uno de los principales beneficios 66,10% , seguida de un mayor acceso a clientes 48,2%, Reputación en el mercado 26,8%, luego Generar recomendaciones sobre su trabajo un 25%, y Pago Oportuno un 17,90%.

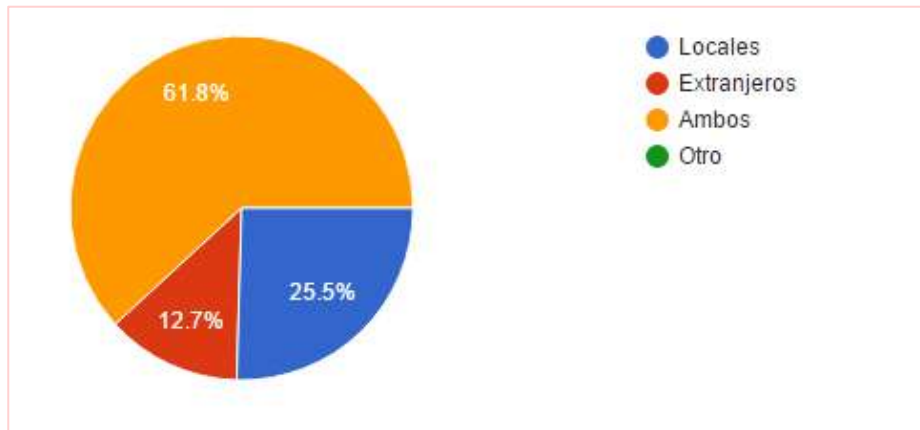
### Pregunta 11

Se preguntó ¿Trabajaría como freelance y en relación de dependencia a la vez ? y los resultados fueron los siguientes: 52,6% si trabajaría en ambas funciones a la vez para asegurar sus ingresos, 31,60% dijo que tal vez y finalmente un 15,80% dijo que no.

### Pregunta 12

Como parte del estudio se realizó la consulta siguiente: ¿Preferiría trabajar para clientes locales o del extranjero?, a la cual los usuarios respondieron el 61,8% con empresas locales y extranjeras, un 25,5% solo con empresas locales y con empresas extranjeras un 12,7%. Esto implica que los ecuatorianos se sienten seguros de prestar sus servicios en el exterior sin presentar objeciones a los trabajos que se les asignen o que ellos ofrezcan.

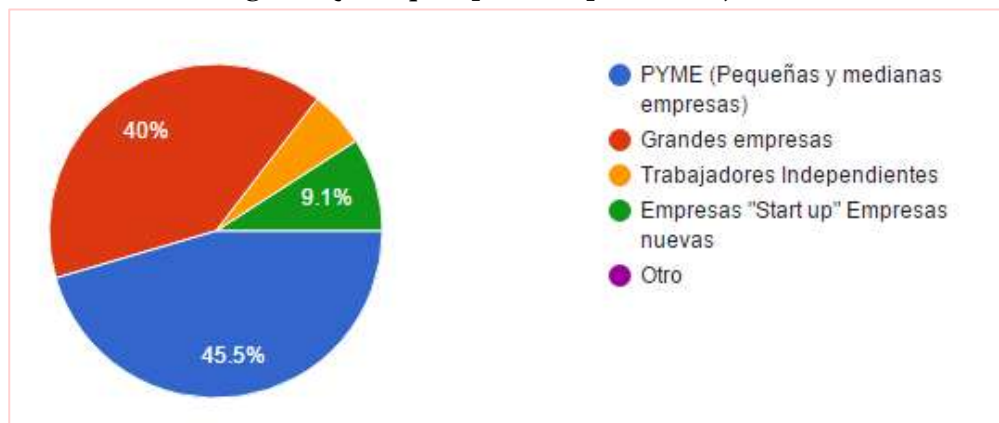
Figura 8 ¿Para quienes trabajaría?



### Pregunta 13

La última interrogante corresponde a: ¿Con qué tipo de empresa trabajarías?, a la cual se respondió que se apoyaría a las PYMES en un 45,5%, seguida de las grandes empresas con un 40% y luego a las Star up con un 9,1%, lo que implica una participación activa en el crecimiento empresarial del Ecuador a través de esta nueva tendencia laboral.

Figura 9 ¿Con qué tipo de empresa trabajarías?



### Conclusiones

Dado la inexistencia de estadísticas claras de este mercado en el Ecuador, la investigación realizada al polo

productivo más importante del país, la ciudad de Guayaquil, se permite hacer inferencias a nivel nacional, puesto que los resultados destacan los aspectos más relevantes y su comparación con los resultados de investigaciones a nivel mundial evidencian grandes diferencias con los tipos de trabajos que se ejecutan a nivel de freelance en el Ecuador y que en el resto del mundo los trabajos de tecnología llevan la primacía en esta tendencia.

El análisis de cada una de las cuestiones consultadas permite dilucidar las oportunidades de esta tendencia en la ciudad y a nivel nacional, el tipo de transacciones, el predilección por las PYMES, muestra cómo el mercado está volcado al crecimiento y desarrollo nacional y no solo al apoyo de las grandes corporaciones y transnacionales, las cuales tienen los mejores talentos de las regiones a las que pertenecen, no solo en el Ecuador sino a nivel de toda Latinoamérica.

El Ecuador es un país de oportunidades y en este mundo globalizado se muestra presto a los cambios a nivel cultural y generacional, adoptando las nuevas tendencias mundiales principalmente referidas a las nuevas formas de trabajo, de aprendizaje y de relacionarse con el mundo. Las generaciones de los millennials y zennials forman parte activa de estos vertiginosos cambios, los cuales acompañarán al Ecuador conforme las tendencias y las tecnologías se actualicen y renueven.

Los trabajadores de la sociedad actual deben mostrar toda su destreza en elaboración de proyectos, comunicación y autogestión ya que es la única forma de sobresalir como profesional de forma independiente, puesto que una vez fuera del vínculo trabajo y localización precisa, se abre un abanico de lugares potenciales para trabajar y desarrollarse, no tener que transportarse de un lugar a otro ya es satisfactorio, mucho más si trabajando desde casa se obtiene incluso una mayor remuneración, el trabajo en un solo lugar para siempre es historia, el trabajador se mueve, busca alternativas busca libertad.

A partir de esto surgen las tendencias del coworking cada se abren paso en la ciudad como alternativas que facilitan el trabajo a un freelance, de las start-ups y en el Ecuador ya se ha establecido toda una comunidad de consultores y agentes de cambio en este tipo de negocios. Son una especie de laboratorios de emprendimiento con espacios compartidos, uno de sus principales exponentes es IMPAQTO, que ofrece tours para reconocimiento de lugares y otros servicios como eventos y talleres.

En la organización inteligente se beneficiarán de crear formas más dinámicas de lograr los objetivos, siendo los mejores trabajadores quizás lo que menos horas trabajan. Existirá una conversión más determinar por trabajar menos pero con mayor calidad y eficiencia dentro o fuera de la oficina.

### **Referencias bibliográficas**

Acuña, Á. A. (2006). De mercenarios a héroes: un recorrido por la historia del periodismo Freelance/From mercenaries to heroes: a tour for the History of the Freelance Journalism. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 12, 27-44.

ABC, D. (20 de marzo de 2017). Definición ABC. Obtenido de Definición ABC: <http://definicoabc.com/negocios/freelance.php>

Branson, R. (23 de septiembre de 2014). Why we're letting Virgin staff take as much holiday as they want. Obtenido de <http://www.virgin.com/richard-branson/why-were-letting-virgin-staff-take-as-much-holiday-as-they-want>>

Bueno, E. (2007). Organización de Empresas: Estructura, Procesos y Modelos (Segunda ed.). Madrid: Pirámide. EKOS. (10 de junio de 2014). Revista Ekos. Obtenido de Revista Ekos: [www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idart=3834](http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idart=3834)

Enriquez, R. (19 de Marzo de 2017). Administración Moderna. Obtenido de Administración Moderna: <http://www.administracionmoderna.com/2012/01/modelos-organizacionales.html>

Fernández, T. (4 de Julio de 2014). Expansión. Obtenido de <http://expansion.com/2014/07/04/emprendedores-empleo/desarrollo-de-carrera/1404496744.html>

HENRY, L; (2013). Flexibilización productiva y difusión del trabajo independiente en la prensa escrita argentina. Un estudio sobre las condiciones de empleo de los periodistas colaboradores. Trabajo y Sociedad, () 261-278. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=387334693017>

LanceTalent. (12 de septiembre de 2013). LanceTalent. Obtenido de <http://lancetalent.com>

Médor, D; (2016). ¿Qué significa trabajar? Una aproximación a la visión de los freelance sobre la actividad laboral. Espiral, XXIII() 203-237. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13846352006>

Martínez Moreno, Enrique, El impacto de las tendencias tecnológicas y organizacionales en el trabajo administrativo Análisis Económico [en línea] 2003, XVIII (tercer cuatrimestre) : [Fecha de consulta: 29 de mayo de 2017] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41303914>> ISSN 0185-3937

Porter, L., Lawler, E., & Hackman, R. (1975). Behavior in organizations. New York: McGrawHill.

Osio Havriluk, L; (2010). El Teletrabajo: Una opción en la era digital. Observatorio Laboral Revista Venezolana, 3() 93-109. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219014912006>

Schein, E. (1991). La psicología de la organización (Tercera ed.). México: Prentice- Hall.

# Modelo de gestión y control interno financiero para una empresa ubicada en la ciudad de Guayaquil

**Rosa Yesenia Vera Loor**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
rosa.vera@uleam.edu.ec

**Omar Gabriel Mejía Flores**

Universidad de Guayaquil  
Omar.mejiaf@ug.edu.ec

**Jimmy Javier Jara Niveló**

Universidad de Guayaquil  
jimmy.jarani@ug.edu.ec

## Resumen

Se desarrolla la propuesta de un modelo del gestión del Sistema de Control Interno Financiero para mejorar la gestión en el área administrativa, financiera, recursos humanos, producción y comercialización de una empresa en Guayaquil, cumpliendo así con los objetivos estratégicamente planteados. La metodología utilizada fue un estudio del tipo descriptivo y explicativo con un diseño de campo, además de documental. Se realizó un estudio descriptivo transversal que abarcó los últimos seis meses del año 2016 en la Facultad de Ciencias Administrativas de la universidad de Guayaquil. Los métodos teóricos utilizados fueron: analítico sintético, sistémico, inductivo deductivo. Para el presente estudio de la investigación se realizaron encuestas al personal administrativo y entrevistas a los directivos de la empresa. Para efecto del uso de este nivel de investigación teórico se utiliza la técnica de revisión documental, con el que se pretende realizar revisiones literarias de autores a partir del año 2010, en los campos de la administración y control de gestión. La gestión y control financiero dentro del área administrativa, no hace uso de la dirección táctica y estratégica. Para esto se realiza un diagnóstico de la situación actual financiera de la empresa y se elabora una metodología de aplicación determinando un modelo actual apropiado de control interno financiero que permita a la empresa, lograr el mejoramiento de su desarrollo.

**Palabras clave:** Modelo de gestión; Sistema de control interno; Finanzas, Comercialización.

## Abstract

The proposal for the implementation of the Internal Control System is developed to improve financial management in the administrative, financial, human resources, production and marketing of the company, thus meeting the strategic objectives raised. The methodology used was a study of descriptive and explanatory type with a field design, plus documentary. A cross-sectional descriptive study covering the last six months of 2015 at the Faculty of Administrative Sciences of the University of Guayaquil was conducted. Theoretical methods used were: analytical synthetic, systemic, inductive deductive. For this research study administrative staff surveys and interviews with company executives were made. For effect of using this level of theoretical research technique document review, with which it intends to conduct literature reviews of authors from the year 2011 in the fields of administration and management control is used. Management and financial control within the administrative area, does not use tactical and strategic direction. For this, a diagnosis of the current financial situation of the company is carried out and an application methodology is made by determining an appropriate current model of financial internal control that enables the company to achieve improved development.

**Keywords:** management model; Internal control system; Finance, Marketing

## Introducción



El mundo siempre se ha interesado por crear y mantener controles frente a la gestión, ya que ésta tiene riesgos que deben ser controlados y que deben medirse mediante sistemas que obliguen al servidor a abstenerse de utilizar los recursos indebidamente, de ahí que el Control Interno. Un sistema integrado por el esquema de organización, el conjunto de planes, métodos, principios, normas, todos, principios, normas, procedimientos y mecanismos de verificación y evaluación adoptados por una entidad, con el fin de procurar que todas las actividades, operaciones y actuaciones, así como la como la administración de la información de la información y los recursos, se realicen

Tal situación materializa un objetivo fundamental: definir un nuevo marco conceptual del Control financiero Interno, capaz de integrar las diversas definiciones y conceptos que venían siendo utilizados sobre este tema, logrando así que, al nivel de las organizaciones, de la auditoría interna o externa, o de los niveles académicos o legislativos, se cuente con un marco conceptual común, y una visión integradora que satisfaga las demandas de todos los sujetos involucrados.

En el estudio exploratorio realizado sobre el Control financiero Interno en una empresa Mudanzas Express en la ciudad de Guayaquil. Se pudo constatar que el componente de mayor dificultad en la mayoría de las entidades diagnosticadas es el componente Gestión y Prevención de riesgos. Éstos, no se han identificado de forma lógica y ordenada y sus contenidos no reflejan toda la información necesaria para cumplir eficazmente, este proceso.

Teniendo en cuenta que en la actualidad de la empresa se está enfocando el Control Interno hacia la gestión de riesgos, dado a las limitaciones que han enfrentado en la aplicación del mismo y que el Control financiero Interno se gestiona por el capital humano deduciendo elaborar un marco teórico a partir de la revisión bibliográfica para conocer los antecedentes y actualidad del Control financiero Interno de la empresa. y más específico del componente Gestión, así como la importancia del factor humano en su adecuada implementación.

Los métodos de investigación que se utilizan están determinados por el objetivo previsto. Del nivel teórico se emplean los métodos de análisis y síntesis, inducción y deducción e histórico-lógico, los cuales permiten la construcción de la teoría a partir de los fundamentos y apreciaciones de los autores consultados. Esto llevó a los investigadores a plantear la hipótesis siguiente: Si con el diseño de un modelo de control interno financiero se contribuirá al mejoramiento del desempeño eficiente de la gestión financiera en una empresa de la ciudad de Guayaquil.

## **Metodología**

Se realizó un estudio descriptivo transversal que abarcó los últimos seis meses del año 2016 en la Facultad de Ciencias Administrativas de la universidad de Guayaquil En la presente investigación el tipo de investigación planteado es descriptivo y explicativo, ya que se aplica un estudio de campo constituyendo un proceso sistemático, el mismo que permitirá analizar y presentarlos datos obtenidos de la recolección directa de información esencial para la investigación, por medio de encuestas.

Los métodos teóricos utilizados fueron: analítico sintético, sistémico, inductivo deductivo. Para el presente estudio de la investigación se realizaron encuestas al personal administrativo y entrevistas a los directivos de la empresa. Para efecto del uso de este nivel de investigación teórico se utiliza la técnica de revisión documental, con el que se pretende realizar revisiones literarias de autores a partir del año 2010, en los campos de la administración y control de gestión.

Además de investigación en textos referentes a tema investigado, con el propósito de analizar e interpretar los efectos que han llegado a ser factores de incidencia en el problema y de la misma manera han afectado el poco control financiero de la empresa. La población objetivo es de 8 personas que corresponde al personal de la empresa para la elaboración del estudio, además se expresa que dentro de la población se encuentran los proveedores y que de manera indirecta se ven influidos por los procesos de gestión del departamento financiero.

## Resultados Diagnóstico del Análisis de la empresa

**Tabla 1** Fortalezas y Debilidades en el Área Organizacional

Procesos	Diagnóstico Empresa	F	D
Estructura Organizacional	Trabajo conjunto con el departamento de venta	X	
	Base de datos para efecto de clientes proactivos y reactivos	X	
	Atención personalizada y eficiente a clientes	X	
	Estrategias adecuadas en el manejo de clientes corporativos	X	
Estructura Comunicacional	Existe un manual de comunicación de las actividades operativas y administrativas a realizar en EMPRESA.		X
Cultura Organizacional	Trato adecuado a empresas licoreras, farmacéuticas, industrias alimenticias y demás que conforman la base de datos de clientes	X	
Planificación	No existe políticas de crédito y cobranzas ni planes operativos en el manejo de clientes		X

**Nota :** Elaborado por los autores de esta investigación

**Tabla 2** Fortalezas y Debilidades en el Área Operacional

Procesos	Diagnóstico Empresa EMPRESA.	F	D
Gestión por Procesos	Incremento de la cartera vencida e indicadores de morosidad		X
	Adecuados sistemas tecnológicos en el manejo de base de datos de clientes	X	
Mejoramiento Continuo	Integración del personal en áreas de venta, contabilidad, crédito y cobranzas con el fin de tratar temas y casos relacionados al cliente y el entorno	X	
Diseño y Desarrollo	Excelencia en el manejo del producto y el servicio ofrecido en la distribución de tapas y envases	X	
Productividad	Capacidad de recuperación de cartera vencida es limitada por la carencia de lineamientos y políticas en el área		X
	El manejo de los costos es mínimo y se busca un ahorro de los insumos en la fabricación de tapas y envases	X	
Infraestructura	Industria con planta adecuadamente acordonada en el manejo y procesamiento de la materia para la elaboración de tapas y envases	X	
Seguridad e Higiene Industrial	Limitado control del personal operativo en base a seguridad industrial dentro de la empresa.		X

**Nota:** Elaborado por los autores de esta investigación

**Tabla 3** Fortalezas y Debilidades en el Área de Apoyo

Procesos	Diagnóstico Empresa	F	D
Indicadores	Existe un flujo constante de ingresos en la empresa. que permite liquidez y	X	

Financieros	solvencia		
	Ventas en base a pedidos atendidos por cronograma de trabajo impuestos por la empresa.	X	
Presupuesto	Aceptación de los presupuesto proyectados y planteados con tendencia aceptable en sus objetivos	X	
Gestión por Competencias	Capacitación al área de crédito y cobranzas para una gestión destacada		X
Niveles de Desempeño	Experiencia en negociación al contado y a crédito del personal de planta de la empresa.	X	
Formación y Capacitación	No existen continuidad en los programas de capacitación en el manejo de cartera vencida		X
Remuneraciones e incentivos	Carencia de incentivos por parte de la empresa en el alcance de recuperación de efectivo		X
Clima Organizacional	Falta de compromiso del área de cobranzas en disminuir la cartera vencida		X
Créditos y Cobranzas con Tecnología	Seguimiento a clientes ineficiente al no utilizar los recordatorios tecnológicos		X
	Constante mantenimiento de la maquinaria		X
Diagnóstico Tecnológico	Tecnología y base de datos debidamente administrada y organizada en base a los clientes que posee la empresa.	X	
Plaza	Manejo inadecuado de clientes con la información proporcionada		X
	Direccionamiento de la información no comprobada de cada cliente y que es ingresada a la base de datos		X
Crédito	Análisis del cliente en base a información global financiera y sujeto de crédito	X	
	Entrega inmediata de tapas y envases a crédito en base a tradición e imagen del cliente	X	
	Atención directa a través de la tecnología y entrega inmediata	X	
	Ventaja en el manejo de sistema de base de datos referente al historial crediticio del cliente	X	
Cobranzas	Límite de tiempo acorde a monto y descuentos especiales por pronto pago	X	
Comunicación	Carencias de recordatorio como estrategias de cobranzas		X
	No existe exigencia en los pagos inmediatos y medios de cobros		X

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

**Tabla 4** Oportunidades y Amenazas en el Área de Macroeconomía

Procesos	Diagnóstico Empresa	O	A
----------	---------------------	---	---

Ciclos Económicos en las Industrias Similares	Demanda de tapas y envases en el mercado	X	
Indicadores Macroeconómicos	Costos de insumos en la fabricación de tapas y envases en aumento		X
Políticas Económicas del Ecuador en Relación al Consumismo de Tapas y Envases	Aporte de entidades financieras públicas y privadas para dar créditos a industrias	X	
	Políticas de impuestos, salvaguardias, ISD, IVA, Impuesto a la Renta, Precio de Transferencias, entre otros que recae al consumidor		X

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

**Tabla 5** Oportunidades y Amenazas en el Área de Microeconomía

Procesos	Diagnóstico Empresa	O	A
Oferta de Insumos en la Elaboración de Tapas y Envases	Nuevas formas con tecnología en la fabricación de tapas y envases	X	
	Alta competencia por lo que se vende las tapas y envases a crédito		X
Demanda de Tapas y Envases a Crédito	Extensión de créditos por problemas económicos de liquidez y solvencia de clientes de la empresa.		X

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

**Tabla 6** Oportunidades y Amenazas en el Área de Clientes

Procesos	Diagnóstico Empresa	O	A
Evaluación del Cliente en Pagos	Los clientes mantienen un proceso de pago que debe reflejarse en el historial de cada cliente y así definir nuevos créditos		X
Segmentación de Clientes a Crédito	La liquidez del mercado define la necesidad del cliente, al existir confianza disminuye el riesgo de crédito		X

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

**Tabla 7** Oportunidades y Amenazas en el Área Legal

Procesos	Diagnóstico Empresa	O	A
Marco Legal del Crédito Otorgado	Políticas de crédito basadas en la aceptación del cliente con el mínimo riesgo al realizar la cobranza	X	
	Situación económica del país, basada en la poca generación de empleo y subempleo lo que genera un clima limitado de liquidez en el mercado industrial		X

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

**Tabla 8** Oportunidades y Amenazas en el Área Medio Ambiente

Procesos	Diagnóstico Empresa	O	A
Agotamiento de	Limitado control de la calidad ambiental por parte de las autoridades de		X

Recursos	turno en la elaboración de tapas y envases		
	Adecuado manejo de los desperdicios en la transformación de la materia prima	X	
Contaminación	Control en los contaminantes y químicos adquiridos a proveedores y utilizados en la elaboración de tapas y envases		X
	Proveedores que no informan sobre los contaminantes posibles en los insumos adquiridos		X

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

**Tabla 9** Oportunidades y Amenazas en el Área Socio Cultural

Procesos	Diagnóstico Empresa	O	A
Calidad de Vida	Crédito que permite nuevas ideas y proyectos	X	
Demografía	Oportunidad de que los clientes tengan una visión generadora de empleo con cada emprendimiento realizado	X	

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

**Tabla 10** Oportunidades y Amenazas en el Área Tecnológica

Procesos	Diagnóstico Empresa	O	A
Disponibilidad de Internet	Comunicación a través de las Tics implementadas en el manejo de cartera en créditos y cobranzas	X	
	Accesos a una base de datos totalmente actualizada	X	
	Avances tecnológicos en recordatorio de cobros y gestión de crédito	X	

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

**Tabla 11** Oportunidades y Amenazas en el Área Ética, Política y Proveedores

Procesos	Diagnóstico Empresa	O	A
Sistema de Gobierno	Apoyo gubernamental a los pequeños productores	X	
	Incertidumbre política social, cultural y económica		X
Calificación y Selección	No hay proveedores que evalúen el riesgo de la calidad al distribuir los insumos		X
Fuerzas Económicas Globales	Apertura a la exportación de tapas y envases al extranjero		X
Fuerzas Legales y Políticas	Variación en los costos de materia prima para realización de las tapas y envases		X

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Las encuestas realizadas de manera cuantitativa a los empleados y clientes de la empresa. describen la necesidad de incorporar una área de créditos y cobranzas con políticas firmes que oriente a un personal en el área a desarrollar de manera eficiente su trabajo en donde la destreza motiva y permite un adecuado desarrollo de las variables planteadas en el presente estudio, además las entrevistas realizadas y el modelo de análisis del BSC descrito de manera cualitativa permite dar significado a los temas de interés dentro de la reestructuración de la empresa en el incremento de una área de crédito y cobranza, siendo todas las indagaciones e investigaciones realizadas aceptable en la necesidad de resolver los inconvenientes planteados en base a los objetivos del presente estudio.

Entre las principales investigaciones realizadas se analiza el criterio directo de la administradora de la institución que es firme al comunicar la necesidad de una área específica que se dedique a revisar a quienes se le puede otorgar crédito y a la vez se establezca procesos en el área de las cobranzas, dejando con absoluta libertad al departamento de ventas y finanzas para que cumplan a cabalidad sus funciones encomendadas.

## Análisis de Liquidez

**Tabla 12** Liquidez

		2012	2013	2014
<b>Liquidez</b>	Activo Corriente	86.367,01	86.482,30	123.735,92
	Pasivo Corriente	8.332,79	60.108,37	84.061,51
	<b>Veces</b>	<b>10,36471698</b>	<b>1,438773003</b>	<b>1,4719688</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

En la razón descrita referente al manejo de los activos y pasivos corrientes se antecede para el año 2012 en el activo corriente un indicador equivalente a 10 veces más que el pasivo corriente, situación favorable para la empresa. En el año 2013 la situación del indicador de liquidez de la empresa disminuye en cubrir todos los compromisos y apenas un 40% es libre para proceder a invertir o cubrir compromisos. En el año 2014 el indicador se mantiene, esto implica que las actividades de toma de decisiones y estrategias están siendo imitadas en la realización de las mismas actividades de gestión que precautela un compromiso directo en mantener una estabilidad en la gestión administrativa, financiera y de comercialización.

**Tabla 12** Prueba de Ácido

		2012	2013	2014
<b>Prueba del Ácido</b>	Activo Corriente - Inventario	86.367,01 - 857,36	86.482,30 - 14.044,48	123.735,92 - 24.800,12
	Pasivo Corriente	8.332,79	60.108,37	84.061,51
	<b>Veces</b>	<b>10,26182707</b>	<b>1,205120352</b>	<b>1,176945311</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

A diferencias de la razón anterior, esta incluye los inventarios por ser considerada la parte menos líquida en caso de quiebra, sin embargo el efectivo refleja que a pesar de que existe inventario este no involucra ningún riesgo por el simple hecho de que la liquidez permanece estable, esto es parte fundamental del análisis, como se refirió en el año 2013 que existió un pago total de los compromisos y se mantiene un 20% adicional para cualquier inversión, igual situación acontece en el año 2014 en donde existe un aporte mínimo que disminuye al 17%, no siendo considerable su movimiento de tres punto, al ser aceptable su resultado.

Se consideran con los factores analizados en las cuentas por cobrar de la empresa. que existe carencias de políticas y lineamientos claros que permitan soportar la liquidez institucional, al no existir un control por el área particular de crédito y cobranza se puede dinamizar las acciones de ventas y las inversiones del área financiera en estrategias y decisiones en donde se dé prioridad a la liquidez o capital de trabajo para invertir.

**Tabla 13** Capital de Trabajo

		2012	2013	2014
<b>Capital de</b>	Activo Corriente - Pasivo	86.367,01 -	86.482,30 -	123.735,92 -
	Corriente	8.332,79	60.108,37	84.061,51

<b>Trabajo</b>				
	\$	<b>78.034.22</b>	<b>26.373.93</b>	<b>39.674.41</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Este indicador es aceptado y beneficia a la empresa, ya que está indicando que la empresa cuenta con capacidad económica para responder obligaciones con terceros si llegare hacer el caso, por lo que la aplicación del inventario de tapas y envases tiene una adecuada rotación y no forja ningún inconveniente en la producción y distribución del mismo, además de considerar los factores relativos que se invierten en la producción y se estima crédito para solventar el procesos de transformación de la materia prima, dando pautas bases para un excedente en los procesos.

### Análisis de Actividad

**Tabla 14** Tiempo Promedio de Cobro

		<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Tiempo Promedio de Cobro</b>	Ctas. X Cobrar * Días en el Año	59.641,90 * 360	51.359,34 * 360	52.767,91 * 360
	Ventas Anuales	247.584.63	231.796.69	234.142.95
	<b>Días</b>	<b>86,72</b>	<b>79,76</b>	<b>81,13</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

La tendencia de cobro de la empresa según análisis realizado tiene un promedio en días en que se aceptan los pagos en base a constante repeticiones de mensajes y correos en un promedio de alrededor de 80 días lo que implica un coste de mantenimiento de cada cliente de alrededor de tres meses, sin fijar documentos de respaldo por el monto otorgado de crédito. Este indicador manifiesta que las políticas son limitadas y que no existe un control adecuado de los créditos mucho menos de las cobranzas.

La situación amerita la reestructuración del área de crédito y cobranzas para que de esa manera el indicador de promedios de días de cobro disminuya al menos a 30 días de crédito, haciendo acciones necesarias para que todos los pasivos corrientes en el tiempo planteado puedan ser cubiertos.

**Tabla 15** Rotación de las Cuentas por Cobrar

		<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Rotación de las Cuentas x Cobrar</b>	Ventas Anuales	247.584.63	231.796.69	234.142.95
	Ctas. X Cobrar	59.641,90	51.359,34	52.767,91
	<b>Veces</b>	<b>4,15</b>	<b>4,51</b>	<b>4,44</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Los análisis del tiempo y rotación de las cuentas por cobrar son recíprocas entre sí, ya que se divide las ventas anuales y las cuentas por cobrar el periodo promedio de cobro entre 360 días que tiene el año se obtendrá la rotación de las cuentas por cobrar 4 veces durante los 3 años.

**Tabla 16** Rotación de Inventarios

		<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Rotación de Inventarios</b>	Inventario Promedio * 360	857,36 * 360	14.044,48 * 360	24.800,12 * 360
	Costo de Ventas	160.207,35	166.979,86	204.234,42

	<b>Días</b>	<b>1,93</b>	<b>30,27</b>	<b>43,72</b>
--	-------------	-------------	--------------	--------------

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Este análisis indica que los inventarios de la empresa. en el año 2012 fueron cada 2 días al mercado, mientras que para el año 2013 los inventarios iban al mercado cada 30 días y cada 44 días en el año 2014, lo que demuestra que la empresa cuenta con una buena rotación en esta inversión. A mayor rotación de inventarios es mayor la efectividad del manejo del inventario en una empresa.

**Tabla 17** Rotación de Caja y Bancos

		<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Rotación de Caja y Bancos</b>	Caja y Bancos * Días en el Año	3.180,80 * 360	0.00 * 360	9.231,11 * 360
	Ventas Anuales	247.584,63	231.796,69	234.142,95
	<b>Días</b>	<b>4,625</b>	<b>0,00</b>	<b>14,19</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Este indicador da una idea sobre la magnitud de la caja y bancos para cubrir días de venta. La empresa. en el año 2012 conto con liquidez para cubrir 5 días de venta, no obstante para el año 2013 no conto con liquidez para solventar ventas pero la figura cambio en el año 2014 que si contaba con liquidez para solventar 14 días de venta.

**Tabla 18** Rotación de Activos Totales

		<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Rotación de Activos Totales</b>	Ventas	247.584,63	231.796,69	234.142,95
	Activos Totales	132.319,52	126.952,97	164.206,59
	<b>Veces</b>	<b>1,8711</b>	<b>1,8258</b>	<b>1,426</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

La rotación del total del activo no incide en la situación de la liquidez pero si de la solvencia de empresa. dando un aporte importante al detallar que la unión de todos los activos mantiene equilibrado el indicador de rotación de activo, esto siempre y cuando las ventas generen un incremento como el manifestado en los últimos 3 años.

**Tabla 18** Rotación de Activos Fijos

		<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Rotación de</b>	Ventas	247.584,63	231.796,69	234.142,95
<b>Act. Fijos</b>	Activos Fijos	45.952,51	40.470,67	40.470,67
	<b>Veces</b>	<b>5,388</b>	<b>5,728</b>	<b>5,785</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

La utilización de todos los recursos físicos, financieros y humanos reflejan el aporte de todas las actividades que se realizan, es decir al contar con todos los recursos se ha obtenido ventas considerables, en donde permanecen fijos sus indicadores, esto implica que los activos cumplen con su acción de generar producción y ventas adecuadas. Durante los periodos de análisis se observa que la empresa coloca en el mercado un promedio de 5 veces el valor de lo invertido en el activo fijo.



Tabla 19 Endeudamiento Patrimonial

		2012	2013	2014
<b>Endeudamiento Patrimonial</b>	Total Pasivo	124.724,22	116.755,15	150.836,54
	Patrimonio	7.595,30	10.197,82	13.370,05
	<b>Veces</b>	<b>16,42</b>	<b>11,45</b>	<b>11,28</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Este indicador evalúa el impacto del pasivo total con relación al patrimonio, esto quiere decir, que por cada \$ aportado por los accionistas, hay un determinado porcentaje aportado por los acreedores. En el año 2012, la empresa tiene comprometido su patrimonio en más de 16 veces, lo cual significa que es negativo, pues con una posición de deuda alta se corre el riesgo de quedarse sin efectivo bajo condiciones adversas. Tanto que para el año 2013 y 2014 se muestra un indicador de 11 veces, desde el punto de vista de los acreedores, no lo verán como buena alternativa, pues la situación de endeudamiento global de la empresa no es propicia, dada su baja obtención de fondos en caso de alguna emergencia.

Tabla 20 Endeudamiento del Activo

		2012	2013	2014
<b>Endeudamiento del Activo</b>	Total Pasivo	124.724,22	116.755,15	150.836,54
	Total Activo	132.319,52	126.952,97	164.206,59
	<b>%</b>	<b>0,94259</b>	<b>0,91967</b>	<b>0,91857</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Mediante este indicador se conocerá el porcentaje de fondos de participación de los acreedores, ya sea en el corto o largo plazo en los activos; la EMPRESA para el año 2012, muestra que el 94,20% de los activo totales es financiado por los acreedores y de liquidarse estos activos totales al precio en libros quedaría un saldo de 5,8% de su valor, después del pago de sus obligaciones. Mientras que para el año 2013 se refleja un 91,97% financiado y en caso de liquidarse quedaría un 8,03% disponible. No obstante que para el año 2014 se financiará un 91,86% y quedará disponible un 8,14% después del pago de sus obligaciones.

Tabla 21 Cobertura de Gastos Financieros

		2012	2013	2014
<b>Cobertura de Gastos Financieros</b>	Utilidad Antes de Intereses	13.390,28	6.050,96	6.217,08
	Gastos Financieros	944,39	1.000,00	2.097,14
	<b>Veces</b>	<b>14,18</b>	<b>6,05</b>	<b>2,96</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Este indicador indica la capacidad de pago que tiene EMPRESA para afrontar nuevas obligaciones por deudas. En el año 2012, se observa que la empresa cuenta con 14 veces para cumplir con sus obligaciones, mientras que para el año 2013 se visualiza una disminución en el indicador de 6 veces no obstante se sigue viendo una disminución en el año 2014 de 2 veces, cuyo resultado proyecta la idea de la capacidad de pago del solicitante.

**Tabla 22** Cobertura de Gastos Fijos

		2012	2013	2014
<b>Cobertura de Gastos Fijos</b>	Utilidad Bruta	87.377,28	64.816,83	29.908,53
	Gastos Fijos	73.987,00	58.765,87	23.691,45
	<b>Veces</b>	<b>1,18</b>	<b>1,10</b>	<b>1,26</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

El análisis de este indicador permite visualizar la capacidad de supervivencia, endeudamiento y también mide la capacidad de la empresa para asumir su carga de costos fijos. Para calcular este indicador se divide el margen bruto por los gastos fijos, dando para el año 2012, 2013 y 2014 la capacidad de 1 vez siendo el margen bruto la única posibilidad que tiene la compañía para responder por sus costos fijos y por cualquier gasto adicional.

### Análisis de Rentabilidad

**Tabla 22** Rendimiento Neto del Activo (Dupont)

<b>Rendimiento Neto del Activo (Dupont)</b>	Utilidad Neta	*	Ventas	<b>2012</b>	
			7.187,13	*	247.584,63
	Ventas		Activo Total	247.584,63	132.319,52
	<b>%</b>			<b>0,0543</b>	
<b>Rendimiento Neto del Activo (Dupont)</b>	Utilidad Neta	*	Ventas	<b>2013</b>	
			2.602,52	*	231.796,69
	Ventas		Activo Total	231.796,69	126.952,97
	<b>%</b>			<b>0,0205</b>	
<b>Rendimiento Neto del Activo (Dupont)</b>	Utilidad Neta	*	Ventas	<b>2014</b>	
			2.379,14	*	234.142,95
	Ventas		Activo Total	234.142,95	164.206,59
	<b>%</b>			<b>0,0145</b>	

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Este indicador muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de cómo haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio. Se la obtiene dividiendo la utilidad neta para el activo total, la variación presentada en su fórmula es conocida como “Sistema Dupont” y permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo.

El análisis en la EMPRESA muestra en el año 2012 que por cada \$ invertido en los activos existe un rendimiento del 5,43% sobre el capital invertido, mientras que en el año 2013 se observó un 2,05% de rendimiento y para el año 2014 se consideró el 1,45% de rendimiento sobre el capital invertido de la empresa.

**Tabla 23** Margen Operacional

	2012	2013	2014
--	------	------	------

<b>Margen Operacional de Utilidad</b>	Utilidad Operacional	13.390,28	6.050,96	6.217,08
	Ventas Netas	247.584,63	231.796,69	234.142,95
	%	<b>0,0541</b>	<b>0,0261</b>	<b>0,0266</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Este indicador muestra la realidad económica de un negocio, es decir determina si realmente el negocio es lucrativo o no. Se puede observar que la empresa para el año 2012 genero una utilidad operacional del 5,41%, no obstante en el año 2013 obtuvo una utilidad operacional del 2,61% y para el año 2014 de 2,66% por lo que evidenciamos un decrecimiento en los 2 últimos años principalmente originado por el aumento de los costos de ventas así como los gastos administrativos.

**Tabla 24 Margen Bruto**

		2012	2013	2014
<b>Margen Bruto</b>	Utilidad Bruta	87.377,28	64.816,83	29.908,53
	Ventas Netas	247.584,63	231.796,69	234.142,95
	%	<b>0,3529</b>	<b>0,2796</b>	<b>0,1277</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Este análisis relaciona utilidad bruta con las ventas ya que indica la cantidad que se obtiene de utilidad por cada \$ vendido, después de que la empresa ha cubierto el costo de los bienes que produce y vende. En la empresa se observa que para el año 2012 obtuvo un margen bruto de 35,29%, mientras que para el año 2013 genero un 27,96% y en el año 2014 fue de 12,77% esto indica cuanto más grande sea el margen bruto de utilidad se obtendrá un bajo costo de las mercancías que produce y vende.

**Tabla 25 Margen Neto**

		2012	2013	2014
<b>Margen Neto</b>	Utilidad Neta	7.187,13	2.602,52	2.379,14
	Ventas Netas	247.584,63	231.796,69	234.142,95
	%	<b>0,0290</b>	<b>0,0112</b>	<b>0,0102</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Este análisis es más específico que el anterior, ya que se relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Mide el porcentaje de cada \$ vendido que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos que han sido deducidos. Esto quiere decir que para el año 2012 por cada \$ que vendió la empresa obtuvo una utilidad del 2,90%, mientras que para el año 2013 fue del 1,12% y del 1,02% para el año 2014; esto significa que el presente análisis permite evaluar si el esfuerzo hecho en la operación durante el periodo, está produciendo una adecuada retribución para los accionistas.

**Tabla 26 Rendimiento sobre el Patrimonio**

		2012	2013	2014
<b>Rendimiento</b>	Utilidad Neta	7.187,13	2.602,52	2.379,14

<b>sobre el Patrimonio</b>	Patrimonio	7.595,30	10.197,82	13.370,05
	<b>Veces</b>	<b>0,9462</b>	<b>0,2552</b>	<b>0,1779</b>

Nota: Elaborado por los autores de esta investigación

Este indicador mide la rentabilidad de los fondos aportados por los inversionistas se lo obtiene dividiendo la utilidad neta entre el patrimonio neto de la empresa. lo que significa que por cada \$ que los dueños mantuvieron en el año 2012 generó un rendimiento del 94,62% sobre el patrimonio, tanto que en el año 2013 generó el 25,52% y en el año 2014 generó 17,79% es decir, este indicador mide la capacidad de la empresa para generar utilidad a favor del propietario.

**Tabla 27** Rendimiento sobre la Inversión

<b>Rendimiento sobre la Inversión</b>		<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
	Utilidad Neta	7.187,13	2.602,52	2.379,14
	Activo Total	132.319,52	126.952,97	164.206,59
	<b>%</b>	<b>0,0543</b>	<b>0,0205</b>	<b>0,0145</b>

**Elaborado por:** Autores de la investigación

Se la obtiene mediante la división de la utilidad neta con los activos totales de la empresa, ya que se establece la efectividad total de la administración. Quiere decir, que cada \$ invertido en el año 2012 en los activos produjo ese año un rendimiento del 5,43% sobre la inversión. Mientras que para el año 2013 hubo un rendimiento del 2,05% y para el año 2014 existió un rendimiento del 1,45%, cuando el indicador es alto expresa un mayor rendimiento en las ventas y del dinero invertido.

La situación de la rentabilidad de la empresa mide además la solvencia, sin embargo son elementos independientes por lo que la gestión o estrategias de ventas crean nuevas opciones optimistas dentro del mercado de producción y comercialización de tapas y envases, siendo necesario un aporte directo de una área como la de crédito y cobranzas, dando una gestión de políticas a implementar para su adecuada ejecución.

### **Conclusiones**

La gestión de ventas en la empresa mantiene un soporte en una base de datos acorde a las necesidades de una línea de crédito para quienes forman parte constante de negociaciones. La empresa bajo estudio aplica la gestión proporcionada en base a los lineamientos aplicados por un ejecutivo de ventas. Se establece gestiones de crédito en base a cheques a fechas previamente autorizados. Con problemas en el pago de los valores adeudados, es obligación del ejecutivo de la cuenta el llamar al cliente para informa sobre lo acontecido con su pago. Utiliza estrategias básicas en la aplicación de un proceso de cobro directo.

### **Referencias bibliográficas**

Constitución de la República del Ecuador (2008). Registro Oficial Nro. 449. 20 de Octubre, 2008.

Ley de Compañías (1999). Registro Oficial Nro. 312. 5 de Noviembre de 1999.

Ley de Gestión Ambiental (1999). Registro Oficial Nro. 245. 30 de Julio de 1999.

Ley de Régimen Tributario Interno (1989). Registro Oficial Nro. 209. 14 de Diciembre 1989.

Arboleda, V. G (2003). Proyectos Formulación Evaluación y Control. Mc Graw Hill, 5ta Edición, Colombia.

Fernández G (2013). Minería Urbana y la Gestión de los Residuos Electrónicos. Buenos Aires. Ediciones ISALUD.

Hernández, Fernández, Baptista et al (2014). Metodología de la Investigación. Mc Graw – Hill. Interamericana. Cuarta Edición. .

Hernández Meléndez, E(2006). Cómo escribir una tesis. Escuela Nacional de Salud. La Habana. Cuba.

Medina M (2013). Ocho mitos sobre el reciclaje informal en América Latina. Revista del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Agosto.

Naresh Malhotra (2004). Investigación de Mercados. Ed. Prentice Hall, 4ta Edición, México.

Najar Luis (2012). Desarrollo de Tecnología para el tratamiento de Residuos Urbanos. Editora Cultural. México.

Plataforma Regional de Residuos Electrónicos en Latinoamérica y el Caribe (Relac 2012), Estadísticas.

Plataforma Regional de Residuos Electrónicos en Latinoamérica y el Caribe (Relac),  
Reporte Anual de Estadísticas sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC's). 2011. Quito. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

# Plan estratégico de ventas utilizando el neuromarketing aplicado a la psicología del consumidor

**Sally Melaine Ruales De Haz.**  
Universidad Técnica Particular de Loja

**Lic. Yamil De Haz Cruz, MSc.**  
Universidad de Guayaquil

**Lic. María Auxiliadora García Yance, MSc**  
Unidad Educativa Eduardo Granja Garcés

**Ing. Byron Castro Villacis, MSc.**  
Universidad de Guayaquil

## Resumen

Actualmente el aumento de competidores no formalizados y la presencia de empresas poderosas que tienen alto prestigio que invierten un alto presupuesto de promoción y publicidad en sus productos y servicios, originan disminución en el margen de ganancias en los últimos años en Digital Phone. En primer lugar, se realizó un estudio de mercado, para determinar el comportamiento de nuestro público objetivo, que son los clientes actuales de la empresa y los clientes potenciales. Se aplicó una muestra de 384 personas encuestadas y fue distribuida en 300 para los clientes potenciales y 84 para los clientes actuales, su elección fue de manera aleatoria y se la distribuyó haciendo uso de técnica de muestreo. El nivel de confianza, indica que el 64% mencionó excelente, además hay un margen significativo de opiniones diversas, es decir, existen clientes que no comparten ese punto de vista. Esto brinda la oportunidad de analizar qué aspectos se deben mejorar con el fin de buscar alternativas para optimizar el porcentaje diferencial, y de esta manera alcanzar la mayor confianza e interés de los clientes. Se realizó la entrevista al gerente propietario de Digital Phone, donde se obtuvo información necesaria para las conclusiones del análisis y la implementación del plan estratégico de ventas. Se concluye que el plan estratégico de ventas es viable y rentable para la empresa, los indicadores demuestran que el presupuesto de la utilidad esperada será del 42% si se cumpliera el objetivo trazado.

**Palabras claves:** plan, estrategia, ventas, psicología, comportamiento y consumidor

## Abstract

Currently the increase of unformalized competitors and the presence of powerful companies that have high prestige that invest a high budget of promotion and publicity in its products and services, originate decrease in the profit margin in the last years in Digital Phone. First we conducted a market study, to determine the behavior of our target audience, who are the current customers of the company and potential customers. A sample of 384 respondents was applied and distributed in 300 for potential clients and 84 for current clients; their choice was random and was distributed using sampling technique. The level of trust indicates that 64% mentioned excellent, in addition there is a significant margin of diverse opinions, that is to say, there are clients that do not share that point of view. This provides the opportunity to analyze which aspects need to be improved in order to find alternatives to optimize the differential percentage, and thus achieve the highest confidence and interest of the clients. The interview was conducted to the proprietary manager of Digital Phone, where information was obtained for the conclusions of the analysis and implementation of the strategic sales plan. It is concluded that the strategic sales plan is viable and profitable for the company, the indicators show that the budget of the

expected utility will be 42% if the objective outlined.

**Keywords:** plan, strategy, sales, psychology, behavior and consumer.

## Introducción

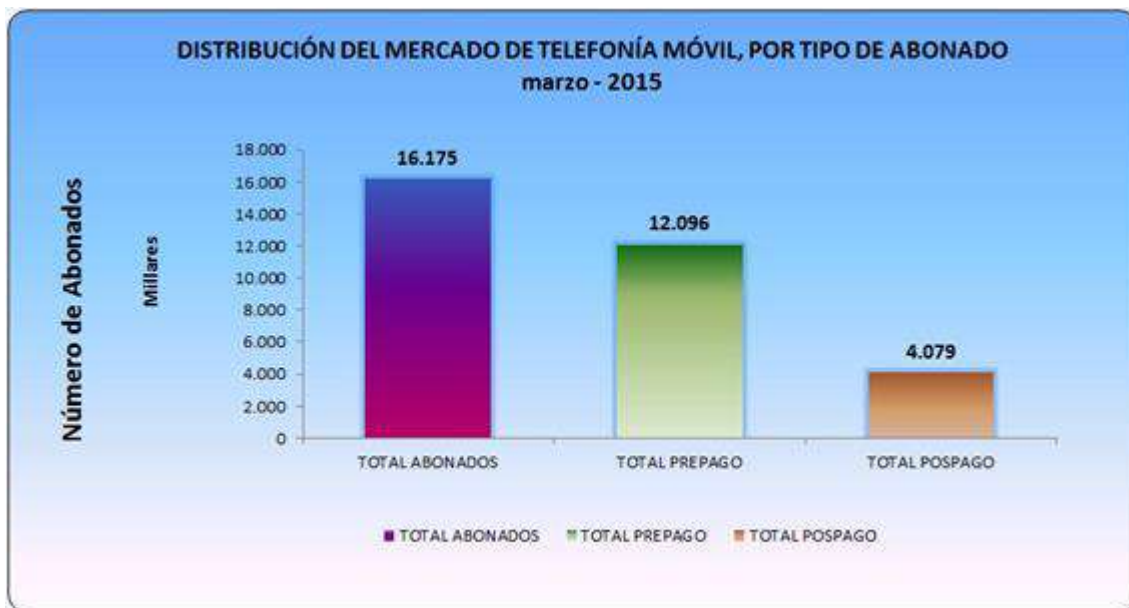
### Introducción al Problema

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), en su informe 2010, confirma que actualmente el número de abonados a servicios móviles celulares en todo el mundo asciende a un total de 5.300 millones de usuarios. La penetración móvil celular en los países del grupo BRIC (Brasil, Federación de Rusia, India y China), que representa más del 40% de la población mundial, ha aumentado del 4% en el año 2000 y el 69% a finales de 2010.

La mayor parte del crecimiento de la telefonía móvil en el 2010 se produjo en la Región Asia-Pacífico, donde el número de abonados móviles celulares creció en 490 millones (de los 630 millones a escala mundial), hasta alcanzar los 2.600 millones. Por primera vez, la Región Asia- Pacífico cuenta actualmente con más de la mitad de los abonados móviles celulares del mundo.

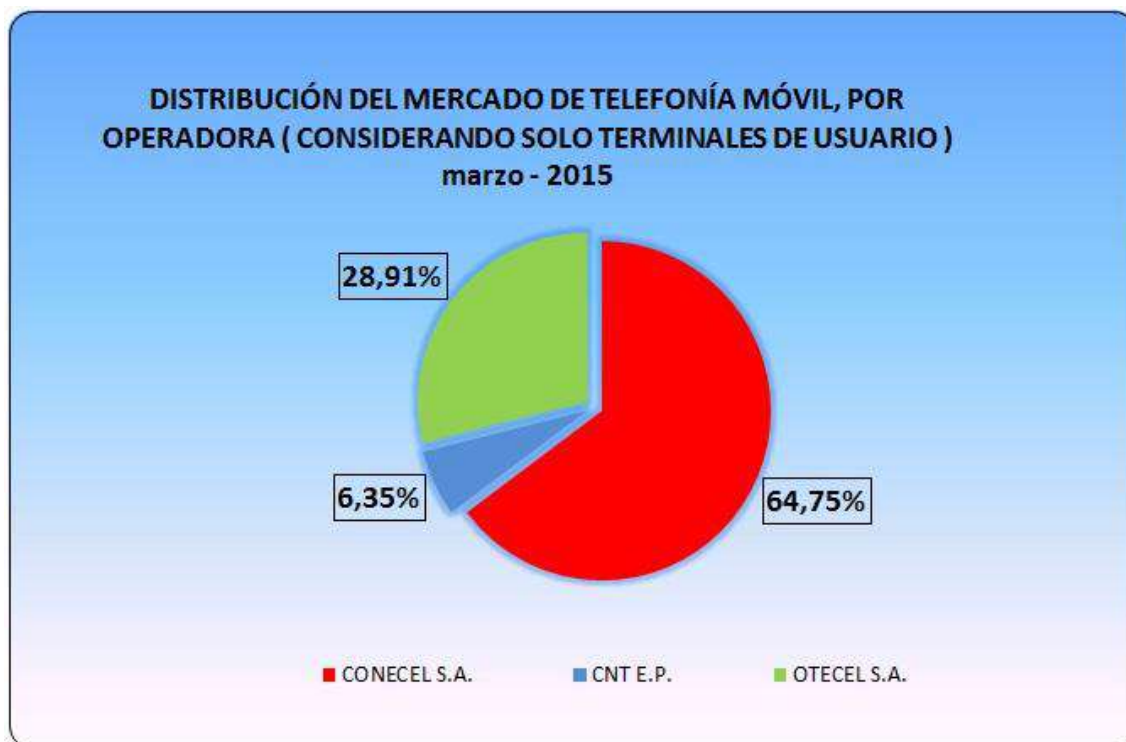
En el Ecuador, según datos de las operadoras Conecel (Claro), Otecel (Movistar) y la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), hasta mayo de 2013 se registraron 16'980.000 abonados en telefonía móvil. De este total, el 68,39% corresponde a Conecel (Claro), 29,49% a Otecel (Movistar) y el 2,12% a CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones), de los cuales 13'817.000 son abonados prepago y 3'164.000 postpago.

De acuerdo a la información presentada por la Agencia de regulación y control de telecomunicaciones en el Ecuador hasta marzo del 2015 la información proporcionada se refleja en los siguientes cuadros.



**Fuente:** ARCOTEL con información entregada por las operadoras.

El siguiente gráfico describe: La distribución del mercado del Servicio Móvil Avanzado (telefonía celular), a nivel nacional con base en los prestadores del servicio: CNT EP (Cnt), CONECCEL S.A. (Claro) y OTECEL S.A. (Movistar). Fecha: marzo del 2015. Periodicidad: mensual.



**Fuente:** ARCOTEL con información entregada por las operadoras.

#### **Importancia al problema**

Comparando las cifras del año 2013 con relación al 2015 se puede constatar en incremento que ha tenido en el número de usuarios de este servicio

La distribuidora telefonía móvil Digital Phone, es una empresa dedicada a la comercialización y venta de productos y servicios de teléfonos celulares en post pago y prepago. Asimismo la empresa está interesada en incrementar su participación de mercado de telefonía móvil en el cantón Quevedo, su liderazgo en el mercado local se mantiene por 4 años en los que Digital Phone ha intentado incrementar sus ventas sin obtener resultados positivos e incluso disminuyendo su participación.

Es por ello que se promueve en realizar un proyecto de investigación, que nos permita conocer información en “Digital Phone”.

La respuesta está en lo que los psicólogos se refieren como el "efecto de halo" y el psicólogo Robert Cialdini explica simplemente en su libro Influencia: "Asignamos automáticamente a individuos guapos tales rasgos favorables como el talento, la bondad y la inteligencia." A esto le añadimos el hecho de que tendemos a cumplir más con los que nos gustan (y nos gusta la gente hermosa) y el hecho de que asociamos a las personas con los productos que venden, y se pone de manifiesto, de repente, por qué A&F lo convierte en un punto tal de tener esos modelos en exhibición donde quiera que sea posible.

Pero tendemos a descartar el efecto de la gente guapa en los avisos en los que nos venden a nosotros nuestras decisiones de compra, como señaló Cialdini que escribe, “en un estudio, los hombres que vieron un anuncio de coche nuevo que incluía una modelo seductora y joven, clasificaron el coche como más rápido, más atractivo, más caro y mejor diseñado que los hombres que vieron el mismo anuncio sin la modelo. Sin embargo, cuando



se les preguntó más tarde, los hombres se negaron a creer que la presencia de la joven había influido en sus juicios.”

El otro efecto neurológico en juego es la existencia de algo llamado neuronas espejo en el cerebro. Nuestras neuronas espejo provocan las mismas reacciones y sensaciones que cuando miramos algo como si en realidad estuviéramos haciendo eso nosotros mismos. Por ejemplo, el siguiente diagrama muestra cómo el mono exhibe la misma actividad cerebral cuando se hace algo como cuando ve a la mujer hacer la misma acción.

El vendedor tiene que hacer frente a menudo a muchos rechazos, lo que es difícil de manejar emocionalmente, citándose generalmente como la razón más habitual para dejar la profesión. Debido a esto, las técnicas del entrenamiento de ventas incluyen una gran cantidad de material de motivación y la preparación dada por profesionales de la psicología o ex vendedores adiestrados llamados coaches; éstos suelen ser gerentes o vendedores con larga trayectoria.

En general el entrenamiento de ventas suele ser muy aguerido y llevado a límites de la práctica y el entendimiento son comparados con los entrenamientos militares de supervivencia ya que el vendedor está continuamente rozando la frustración y el rechazo.<sup>1</sup> La llamada "tendencia al NO" se les debe formar ética y formalmente utilizando varios conceptos de la psicología moderna inductiva. Hoy un verdadero profesional de las ventas es una persona muy calificada en varios rubros o temas humanísticos como la psicología, la comercialización, técnicas de oratoria, la programación neurolingüística, motivacionales e idiomas.

Digital Phone, realiza su rol de planificación sin regirse a un conjunto de procedimientos establecidos o a un estudio de mercado definido, es decir efectúa su labor de manera empírica, lo cual dificulta efectuar una planificación estratégica de ventas a corto, mediano y largo plazo. Además desconoce su estado actual, es decir no cuenta con un registro claro de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas lo que afecta a su desarrollo comercial.

Las bajas ventas de teléfonos celulares han dejado menos utilidades, pocos ingresos y un considerable estancamiento del 31% a diferencia al año anterior. La distribuidora de telefonía móvil “Digital Phone”, se ve afectada porque esto no permite el crecimiento en las ventas de sus productos y servicios.

Bernal comenta, en la ciencia existen diferentes tipos de investigación y es necesario conocer sus características para saber cuál de ellos se ajusta mejor a la investigación que va a realizarse. (Bernal Torres, 2010).

### **Metodología**

El presente proyecto está enfocado a diseñar una planificación de ventas para mejorar las bajas ventas en la distribuidora telefonía móvil “Digital Phone”, y así controlar y dirigir las ventajas que puedan fortalecer el desarrollo de la empresa.

A través de esta investigación, la distribuidora telefonía móvil “Digital Phone”, podrá realizar una adecuada planificación de sus ventas, promoción, comercialización y entrega de productos y servicios, que permita incrementar sus ventas de teléfonos celulares en post pago y prepago.

La investigación exploratoria, según Bernal, pretende darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando más aún, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta

generalidad. Suele surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno que por su novedad no admite una descripción sistemática o cuando los recursos del investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo. (Bernal Torres, 2010).

La investigación de campo, Bernal define, que el objetivo es estudiar en profundidad o en detalle una unidad de análisis específica, tomada de un universo poblacional. Para la investigación de campo, la unidad de análisis, “el caso” objeto de estudio es comprendido como un sistema integrado que interactúa en un contexto específico con características propias. El caso o unidad de análisis puede ser una persona, una institución o empresa, un grupo, etcétera. (Bernal Torres, 2010).

La investigación documental, según Bernal, consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio.

## **Resultados**

Este proyecto beneficiará a “Digital Phone”, en aumentar su productividad debido a que se implementarán mejoras en los procedimientos que se deben aplicar y que no se están cumpliendo para el logro de los objetivos de la empresa.

Diseñar un plan estratégico de ventas para los productos y servicios de la distribuidora telefonía móvil “Digital Phone”. Investigar la oferta y la demanda de los productos y servicios de la distribuidora telefonía móvil “Digital Phone”, a través de la encuesta. Evaluar las ventas de los 2 años anteriores, revisando el histórico de ventas de la empresa. Realizar las estrategias de ventas para los productos y servicios de la distribuidora telefonía móvil “Digital Phone”.

En la presente Investigación se ha realizado el análisis del desarrollo del pronóstico de ventas a través de estadística descriptiva e Inferencial para realizarle el estudio a los datos presentados distribuidora telefonía móvil “Digital Phone”, el modelo de regresión lineal simple con las variables ventas y costo de ventas. A cada una de estas variables se las analizó por separado, el comportamiento y tendencia mediante herramientas de estadística descriptiva en el programa SPSS.

Malhotra menciona, que consta de tres pasos. Cada uno de estos se analiza, por lo que aquí se verán brevemente. (Malhotra, 2009).

**El primer criterio:** en cualquier proyecto de investigación de mercados es definir el problema.

**El segundo criterio:** que el investigador debe considerar el propósito del estudio, la información antecedente pertinente, la información que se necesita y la forma en que se utilizará para la toma de decisiones.

**El tercer criterio:** La definición del problema supone hablar con quienes toma las decisiones, entrevistas con los expertos del sector, análisis de los datos secundarios y, quizás, alguna investigación cualitativa, como las sesiones de grupo. Una vez que el problema se haya definido de manera precisa, es posible diseñar y conducir la investigación de manera adecuada.

**El primer criterio:** que un diseño de investigación es un esquema para llevar a cabo un proyecto de investigación de mercados. Expone con detalle los procedimientos necesarios para obtener la información requerida, y su propósito es diseñar un estudio que ponga a prueba las hipótesis de interés, determine las posibles respuestas de investigación y proporcione la información que se necesita para tomar una decisión. La preparación de los datos incluye su revisión, codificación, transcripción y verificación. Cada cuestionario o forma de observación se revisa y, de ser necesario, se corrige. Se asignan códigos numéricos o letras para representar cada respuesta a cada pregunta del cuestionario. Los datos de los cuestionarios se transcriben o se capturan en cintas o discos magnéticos, o se introducen directamente a la computadora. Los datos se analizan para obtener información relacionada con los componentes del problema de investigación de mercados y, de esta forma, brindar información al problema de decisión administrativa.

**El segundo criterio:** El diseño también incluye la realización de investigación exploratoria, la definición precisa de las variables y el diseño de las escalas adecuadas para medirlas. Debe abordarse la cuestión de cómo deberían obtenerse los datos de los participantes (por ejemplo, aplicando una encuesta o realizando un experimento). Todo el proyecto debe documentarse en un informe escrito donde se presenten las preguntas de investigación específicas que se identificaron; donde se describan el enfoque, el diseño de investigación y los procedimientos utilizados para la recopilación y análisis de datos; y donde se incluyan los resultados y los principales resultados. Los hallazgos deben presentarse en un formato comprensible que facilite a la administración su uso en el proceso de toma de decisiones. Además, debe hacerse una presentación oral para la administración, en la cual se usan tablas, figuras y gráficos para mejorar su claridad e influencia.

**El tercer criterio:** También es necesario diseñar un cuestionario y un plan de muestreo para seleccionar a los participantes del estudio. Para obtener información se basa en el interrogatorio de los individuos, a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimiento, motivaciones, así como características demográficas y de su estilo de vida. Estas preguntas se pueden hacer verbalmente, por escrito, mediante una computadora, y las respuestas se pueden obtener en cualquiera de estas formas. Por lo general, el interrogatorio es estructurado, lo cual se refiere a un grado de estandarización impuesto por el proceso de recolección de datos. En la recolección estructurada de datos se prepara un cuestionario formal, y las preguntas se plantean en un orden predeterminado, de manera que el proceso es directo. La investigación se clasifica como directa o indirecta, dependiendo de si los participantes conocen su verdadero propósito.

## Discusión

La investigación de mercados, Malhotra dice, que es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso.

La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones. (Malhotra, 2009).

Con las promociones que aplicará Digital Phone, se plantea incrementar las ventas del local con incentivos como son: gorras, camisetas y mochilas con la idea de mantener y fidelizar a los clientes actuales y conquistar clientes potenciales.

Digital Phone, realizará el diseño del plan de medios publicitarios como: cuñas radiales, hojas volantes, dípticos y banner full color, para hacer conocer las promociones de sus productos y servicios. Siempre se ha laborado de manera empírica en la planificación de ventas, lo que ha resulta difícil aceptar los cambios económicos en el mercado local, su labor es mantener una economía activa y mejorar en todos los servicios que la comunidad requiera en telefonía móvil.

Una vez aplicado el plan estratégico de ventas, Digital Phone logrará ser más competitivo en el mercado local y atraer nuevos clientes con el propósito de mantener una cartera sólida de clientes para la venta de los productos y servicios de telefonía móvil en gama baja.

El público objetivo en su mayoría prefieren obtener equipos económicos y facilidad de pago, para aquello se aplica una estrategia que permite al cliente obtener equipos en gama baja desde \$42,55 con teléfonos Bmobile k350, Ring Lite, Doppio 1100, Enspire m2318, Alcatel OT1041 o el NOKIA 106 que son los equipos más solicitados en el punto de venta.

### **Conclusiones**

En la presente investigación se explicitaron los fundamentos teóricos metodológicos que sustentan las conclusiones y se determina nuestro mercado meta, según la encuesta realizada a los clientes actuales y potenciales, se pudo detectar que tienen poder adquisitivo en la compra de productos y servicios de telefonía móvil en gama baja. De las conclusiones, se estableció que mediante el análisis y contextualización de las concepciones teóricas asumidas la mayoría de los clientes de Digital Phone, solicitan equipos de gama baja de fácil manejo en productos y servicios de telefonía móvil.

En la propuesta, se plantea la contratación de dos vendedores para incrementar las ventas y lograr una mayor participación de mercado, asimismo este equipo de ventas contará con capacitaciones periódicamente (3 veces al año), también cuenta con publicidad de sus promociones de telefonía móvil en los medios masivos y alternativos como: hojas volantes, la radio, dípticos y banner para hacer conocer sus productos y servicios a sus clientes actuales y potenciales. Se recomienda generalizar estos resultados de aplicación de promociones para obtener un equilibrio de mercado razonable a la inversión mediante la comparación realizada psicológicamente al consumidor con o sin la necesidad utilitaria.

### **Agradecimiento**

En este Artículo merece un agradecimiento mis compañeros por contribuir con el desarrollo de este mencionado paper, por su empuje y ánimo en seguir contribuyendo sin desmayar en la investigación, que el Señor bendiga nuestro camino.

### **Referencias**

- Ades. (2012). *Manual del vendedor profesional*. Bilbao: Deusto.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera ed.). (O. Fernández Palma, Ed.) Bogotá, Colombia: Pearson Educación.
- Clow, K. Baack, D. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing*. (Cuarta ed.). México, México: Pearson educación.
- Hernández Sampieri , R., Fernandez Collado, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México: Mc Graw-Hill Educación.

- Johnston, & Marshall. (2013). *Administración de ventas* (Novena ed.). México, México: Mc. Graw Hill Educación.
- Kotler, & Armstrong. (2012). *Marketing* (Decimocuarta ed.). México, México: Pearson Educación.
- Kotler, P. A. (2012). *Fundamentos de marketing* (Octava ed.). México, México: Pearson educación.
- Lambin, J.-J., Gallucci, C., & Sicurello, C. (2009). *Dirección de marketing. Gestión estratégica y operativa del mercado* (Segunda ed.). México, México: Mc Graw Hill - Educación.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Marketing de servicios personal, tecnología y estrategia* (Sexta ed.). México, México: Pearson Educacion.
- Malhotra, N. K. (2015). *Investigación de Mercados* (Quinta ed.). México, México: Pearson Educación.
- Martinez, & Avila. (2009). *Metodología de la Investigación*. México, México: Editorial cengage learning
- Munuera Alemán, J. L., & Rodríguez Escudero, A. I. (2012). *Estrategias de Marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección* (Segunda ed.). Madrid, España: Esic.
- Prieto Herrera, J. E. (2014). *Investigación de Mercados* (Primera ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe.
- Schnarch Kirberg, A. (2011). *Marketing de fidelización. Cómo obtener clientes satisfechos y leales bajo una perspectiva latinoamericana*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Vicente, M. A. (2009). *Marketing y Competitividad. Nuevos enfoques para nuevas realidades* (Primera ed.). Buenos Aires, Argentina: Prentice Hall- Pearson Educación.

# Modelo para el control de la gestión del aprovisionamiento en las universidades públicas del Ecuador. Aplicación en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador

**Doris Sánchez Lunavictoria**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
mabel\_2300@yahoo.es

**Fausto Marcelo. Donoso Valdiviezo**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
fmardonoso@hotmail.com

**Oscar Parada Gutiérrez**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
osp2012@gmail.com

## Resumen

El desarrollo de una educación superior de calidad representa en la actualidad un reto para las sociedades, los gobiernos y las instituciones universitarias; es algo que requiere recursos, tiempo y, especialmente, decisiones adecuadas para invertirlos en la forma correcta. En este sentido, el proceso logístico y el control de la gestión de los aprovisionamientos, son fundamentales para asegurar tal empeño, pues la efectividad de los mismos se expresa, a su vez, en la calidad de la infraestructura universitaria y sus procesos clave, ya que cuando la calidad y oportunidad del soporte logístico fallan, también falla la calidad del producto final del proceso educativo, que son los profesionales que éste forma. El trabajo aportó un modelo para el control de gestión de los aprovisionamientos en las universidades públicas del Ecuador a partir de una concepción científica que refiere cuatro etapas, cada una conectada de forma dependiente y condicional a la precedente, que permitió mejorar el desempeño organizacional. La investigación fue validada en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) durante el período 2013-2017, obteniéndose resultados favorables como soporte al proceso de toma de decisiones y apoyo a la evaluación, acreditación y aseguramiento de la calidad de la educación superior

**Palabras Claves:** suministros, excelencia, management, indicadores

## Abstract

The development of quality higher education today represents a challenge for societies, governments and university institutions; Is something that requires resources, time and, especially, adequate decisions to invest them in the correct form. In this sense, the logistics process and the control of the supply management are fundamental to ensure such a commitment, since their effectiveness is expressed, in turn, in the quality of the university infrastructure and its key processes, and That when the quality and timeliness of the logistics support fail, the quality of the final product of the educational process, which is the professionals that it forms, also fails. The work provided a model for the control of procurement management in public universities in Ecuador, based on a scientific concept that refers to four stages, each one connected in a dependent and conditional way to the previous one, which allowed to improve the organizational performance. The research was validated at the Polytechnic High School of Chimborazo (ESPOCH) during the period 2013-2017, obtaining favorable results as support to the decision-making process and support to the evaluation, accreditation and quality assurance of higher education

**Keywords:** supplies, excellence, management, indicators

## Introducción

En los últimos años el mundo ha sufrido una serie de cambios, especialmente en lo que respecta a las prácticas de las Instituciones de Educación Superior (IES) en interés de alcanzar calidad y eficiencia en su gestión como contribución a un desarrollo cultural integral manifestado en profesionales competentes para dar solución a los problemas de la producción, los servicios y la sociedad en general.

La comunidad universitaria y en particular los estudiantes y profesores se han convertido en una fuente de información estratégica sobre la calidad del servicio de la universidad en lugar de ser únicamente el objetivo de programas de formación, instrucción y campañas políticas. La misión ya no consiste en ser mejores, la misión ahora es la Excelencia.

En consecuencia, las formas clásicas de dirigir las IES basadas en el análisis y la optimización de cada una de sus áreas funcionales van perdiendo vigencia a favor de enfoques de dirección sistémicos que abogan por conseguir un funcionamiento del sistema suficientemente satisfactorio para cada una de sus partes. El Control Total de la Calidad, la Dirección por Objetivos, Teoría de las Restricciones, Reingeniería de Procesos, Programa Permanente de Mejoramiento de la Productividad, el Marketing, la Logística y el Control de Gestión, entre otros constituyen bajo formas y campos diferentes, métodos de gestión inspirados en un enfoque integrador y sistémico.

En particular en la República del Ecuador, se puso en marcha un modelo económico alternativo y propio: “La Revolución Ciudadana”, que se instaló el 15 de enero de 2007, liderada desde entonces por el presidente Rafael Correa Delgado y su fórmula de gobierno “Alianza País”, con el objetivo de lograr el perfeccionamiento del estado ecuatoriano y consolidar el proyecto del socialismo del “Buen Vivir”, que como sostuvo el presidente Correa: “...se enmarca en un nuevo paradigma de organización económica, social y política, donde la política económica debe guiarse por un marcado carácter social en la distribución de los recursos y servicios públicos, pero sin abandonar el sistema de mercado en la gestión económica...”<sup>1</sup>

En el caso de la educación superior, en la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 356 se dispone que: “...la educación superior pública será gratuita hasta el tercer nivel...” y conforme al artículo 357 de la citada ley, “...corresponde al estado garantizar el financiamiento de las instituciones públicas de educación superior, a través de la distribución de recursos bajo criterios establecidos, particularmente el de calidad...”, desde el año 2007 el estado ecuatoriano ha desarrollado políticas de desarrollo para lograr a mediano plazo, niveles y estándares de calidad en esta de enseñanza que garanticen los actuales y futuros planes de desarrollo del país hasta el 2017 en pos de lograr la independencia y sustentabilidad de su proyecto social, para lo cual se han creado instituciones de carácter estatal y cuerpos legales que garanticen el cumplimiento de estas políticas, entre los que se pueden citar las siguientes: Consejo de Educación Superior (CES, enero de 2008), Ley Orgánica de Educación Superior (LOES, octubre de 2012), Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES, 2010) y el modelo de evaluación, acreditación y aseguramiento de la calidad de la educación superior (en abril de 2012) entre otros.

En este último se establece, en conformidad con la LOES, en su disposición primera en correspondencia con la disposición vigésima de la Constitución de la República, “...que en el plazo de cinco años a partir de la citada ley de 2012, todas las universidades y escuelas politécnicas y sus extensiones, tanto públicos como privadas...”, deberán haber cumplido con la evaluación y acreditación del CEAACES, conforme a la ley, en caso de no

---

<sup>1</sup><http://www.teleSURtv.net> (15-1-2015).

superar la evaluación y acreditación quedaran fuera del sistema de educación superior y tendrán que cerrar sus actividades.

Enmarcados en esta problemática se ha desarrollado esta investigación que tiene como objetivo: diseñar un modelo para el control de gestión del aprovisionamiento que contribuya a mejorar los indicadores de evaluación y acreditación en las universidades públicas de la República de Ecuador.

Cuya hipótesis de investigación es: El diseño y validación de un modelo para el control de gestión del aprovisionamiento en las universidades públicas ecuatorianas contribuirá a mejorar los resultados del proceso de evaluación y acreditación de la calidad de estas instituciones de estudios superiores.

La concepción del modelo de control de gestión del aprovisionamiento que integre elementos de los modelos de control de gestión y de gestión del aprovisionamiento y contribuya a mejorar los resultados del proceso de evaluación y acreditación de las IES públicas de Ecuador constituye la novedad de esta investigación.

### **Desarrollo**

La propuesta del modelo se realiza a partir de un diagnóstico del escenario en el que se desenvuelven las universidades públicas del Ecuador desde la implantación por el CEAACES en 2012 del modelo de evaluación, acreditación y aseguramiento de la calidad de la educación superior y la aplicación de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNC), que constituyen puntos de inflexión en la gestión de las Instituciones de Educación Superior (IES) en general y de las universidades públicas en particular.

#### **1. Concepción teórica del modelo y sus etapas.**

El modelo integra en su concepción general: el **enfoque estratégico**, ya que parte del rumbo estratégico trazado por la institución enmarcado en sus objetivos estratégicos y abarca los tres niveles de la gestión organizacional (estratégico, táctico y operativo); el **enfoque de proceso**, pues los objetivos a lograr se concretan en los procesos de las instituciones públicas universitarias en función del proceso de evaluación y acreditación de la educación superior y el **enfoque de mejora continua**, donde el control asume un carácter permanente y continuo a través del seguimiento y las retroalimentaciones constantes que permiten la toma de acciones correctivas durante el control de gestión del aprovisionamiento en el momento oportuno y de forma proactiva.

#### **Dimensiones del modelo**

El modelo de control de gestión del aprovisionamiento abarca cuatro dimensiones, de las cuales tres están relacionadas con los modelos tradicionales de control de gestión en las organizaciones: la **económica**, la **estratégica**, la **operativa** y una cuarta, la **social**, todas con funciones transversales en el modelo y en correspondencia con las etapas donde se manifiesten.

En la figura 1 se muestran las dimensiones en las que actúa el modelo de control de gestión del aprovisionamiento en las instituciones públicas de educación superior de Ecuador.

La dimensión estratégica está orientada al despliegue de las estrategias de la gestión del aprovisionamiento en función del cumplimiento de los objetivos estratégicos de la institución, es la encargada de mantener la debida correspondencia y armonía (alineación) entre los indicadores de gestión y los indicadores de evaluación y acreditación, esta dimensión también se manifiesta transversalmente en todas las etapas del modelo.





**Figura 1** Dimensiones del modelo de control de gestión del aprovisionamiento en las IES pública de Ecuador.

**Fuente:** Adaptado de Nogueira, D. (2003)

La dimensión operativa se asocia a las funciones de valorar necesidades, asignar prioridades, contratar, adquirir y distribuir los productos y servicios, además del control de los indicadores de gestión, esta dimensión abarca fundamentalmente las etapas de II y III del modelo.

La dimensión social está asociada a la particularidad del modelo para las instituciones públicas universitarias, directamente relacionado con la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) y se concentran en evaluar cómo impacta la gestión del aprovisionamiento de bienes y servicios en los actores y procesos de las IES públicas, muy especialmente desde la perspectiva de los procesos de rendición de cuentas que las universidades deben desarrollar, como respuesta al creciente interés social por conocer lo que hacen en el contexto de la sociedad del conocimiento, a través de la construcción de indicadores que les permiten cuantificar el impacto de las acciones realizadas en el ámbito de la RSU, resultados que habitualmente son difundidos interna y externamente con el propósito de transparentar la información y divulgarlos entre sus partes interesadas, especialmente aquellos relacionados con el compromiso de las universidades públicas en la transformación social y económica del país, mediante la generación de conocimiento e innovación desde el ámbito universitario, así como un reconocimiento implícito del importante papel que juegan las universidades en la sociedad del conocimiento. Está presente en todas las etapas del modelo.

### Objetivos del modelo

**De forma general:** aportar a las instituciones públicas de educación superior ecuatorianas un instrumento de carácter metodológico y de aplicación práctica que permita la gestión del aprovisionamiento en función de lograr mejores resultados en el actual proceso de evaluación y acreditación universitaria.

#### En lo particular:

- Diagnosticar la situación actual de la gestión del aprovisionamiento, su control y sus perspectivas en las IES donde se aplique el modelo;
- Contribuir a alinear los objetivos y resultados de los procesos de las IES al modelo de evaluación y acreditación universitaria;
- Atenuar las deficiencias identificadas en el diagnóstico preliminar de la situación problemática.
- Facilitar y agilizar el proceso de toma de decisiones en función de los objetivos estratégicos de la IES.

## 2. Desarrollo del modelo de control de gestión del aprovisionamiento en las universidades públicas del Ecuador.

El modelo de control de gestión del aprovisionamiento en las universidades públicas del Ecuador representa el conjunto de procesos que se relacionan con las principales áreas clave dentro del sistema organizacional con el fin de diseñar indicadores basados en los objetivos estratégicos establecidos por la institución pública universitaria. Tales indicadores cuantitativos y cualitativos son medidos por medio de índices de desempeño, gestionados por cuadros de mando del proceso de gestión universitaria que garantizan un control efectivo para el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la misma.

En esencia, el modelo es un mecanismo de medición de los intentos estratégicos por lograr los objetivos organizacionales. Constituye la manera mediante la cual las estrategias, las acciones y los recursos son dirigidos hacia los factores críticos del éxito (FCE) organizacional y hacia la satisfacción de los clientes internos y externos dentro del cumplimiento de los estándares del modelo de evaluación y acreditación de las instituciones universitarias y su sistema de indicadores.

De forma general, los fundamentos y dinámica del modelo propuesto están basados en los modelos genéricos de gestión de la calidad de la familia de normas ISO 900X:200X<sup>2</sup>, de donde utiliza el enfoque a procesos de los modelos de gestión, su enfoque al cliente, mejora continua y etapas del modelo propuesto, el modelo de European Foundation for Quality Management (EFQM) de excelencia empresarial, en el cual fundamenta su carácter de evaluación y el modelo de Mejora Continua o Ciclo de Deming con sus etapas Planificar, Hacer, Chequear y Actuar (PDCA) a partir del cual fueron concebidas las etapas del modelo propuesto, las cuales responden además a: los elementos establecidos en el modelo de gestión del aprovisionamiento “Cono de arena” (calidad, fiabilidad, rapidez, costo y flexibilidad), las dimensiones propuestas, las variables identificadas, los clientes internos y externos clasificados, y los factores críticos de éxito particulares de cada IES, a partir de los cuales se definirán los indicadores previstos para el modelo de control de gestión del aprovisionamiento de las IES públicas ecuatorianas.

De forma particular, además, fueron considerados elementos del Modelo conceptual de control de gestión propuesto por Nogueira, D., (2002) debido a que su carácter general y concepción metodológica constituyen un marco de referencia para esta investigación. De este modelo se tomaron aspectos específicos como: considerar los elementos formales en que se fundamenta el control de gestión: el control económico-financiero, la estructura organizativa y la estrategia empresarial; partir de las tres dimensiones inherentes al control de gestión y su concepción espacial en relación con los procesos de la organización, las dimensiones fueron reorientadas para este estudio; la consideración de que el control de gestión debe estar centrado en los procesos y actividades clave de la organización, con el fin de alcanzar las metas y objetivos propuestos, así como su evaluación a través de indicadores de gestión propios para cada proceso o área funcional en particular; la identificación de los factores crítico del éxito de la organización como premisa para alcanzar ventajas competitivas; la aplicación de la concepción moderna del control de gestión que considera que este es un proceso que implica la realización de actividades de planificación y control en un grado similar de importancia y que se desarrolla dentro del contexto de los objetivos y políticas definidos por la planificación estratégica, por cuanto traslada la atención del directivo desde las actividades operativas a los resultados; que el concepto de “resultados” está asociado al producto final de un conjunto de procesos que para su control requiere, además de establecer metas, contar con

---

<sup>2</sup>Que comprende Sistema de Gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario (ISO: 9000:2001), Sistema de Gestión de la calidad. Requisitos (ISO 9001:2001), Sistema de Gestión de la calidad. Directrices para la mejora del desempeño (ISO: 9004:2001), y Sistema de Gestión de la calidad. Requisitos (Actualizados), (ISO 9001:2008)

un adecuado sistema de información, lo cual es coherente con la alineación de los indicadores y el sistema de indicadores del modelo de evaluación y acreditación de la calidad de las IES de Ecuador; también existe relación en lo referente a que además de los criterios económico, contables y financieros en la asignación de los recursos, se tienen que aplicar los relacionados con la estrategia de la organización.

El modelo parte de las expectativas de los clientes internos y externos así como de los requerimientos de los estándares institucionales que definen la calidad de las IES ecuatorianas y se estructura en su centro en cuatro etapas:

1. **Preparación** que incluye el diagnóstico (externo e interno), la definición de los FCE, la determinación de la demanda de productos y servicios y por tanto la elaboración del plan de compras.
2. **Ejecución** que incluye los procesos de ejecución de compras con la contratación y selección de proveedores.
3. **Comparación** donde se reciben y almacenan los productos adquiridos y se pasa a la distribución entrega de los mismos en su cuarta etapa.
4. **Corrección** donde se consumen, utilizan o reciben los productos o servicios planificados en la primera etapa.

Los indicadores de gestión relacionados con los indicadores de evaluación y acreditación universitaria que se determinarán para el modelo serán clasificados por los expertos para cada una de las etapas y los fundamentales y generales constituirán los indicadores que permitirán evaluar las salidas del modelo: satisfacción de los clientes y cumplimiento de los estándares institucionales.

La retroalimentación garantiza el perfeccionamiento del proceso de control de gestión del aprovisionamiento y su contribución la calidad de las IES ecuatorianas pues si los indicadores de salida ofrecen resultados satisfactorios como la calidad es un proceso en espiral se puede repetir el proceso sistemáticamente al cambiar las expectativas de los clientes o ante cambios en el modelo de evaluación y acreditación que rige en el país.

Si por el contrario los resultados son no satisfactorios se deberían repetir los procesos internos. Esto permite que la IES se autoevalúe y pueda corregir las deficiencias antes de ser sometida a un proceso de evaluación y acreditación externa.

La representación del modelo se realiza de forma estructurada, siguiendo una secuencia de etapas, cada una de las cuales está conectada de forma dependiente y condicional a la precedente, para lograr una coherencia lógica para su entendimiento y aplicación. Sus distintas etapas, procesos y elementos fundamentales se muestran en la figura 2.2.

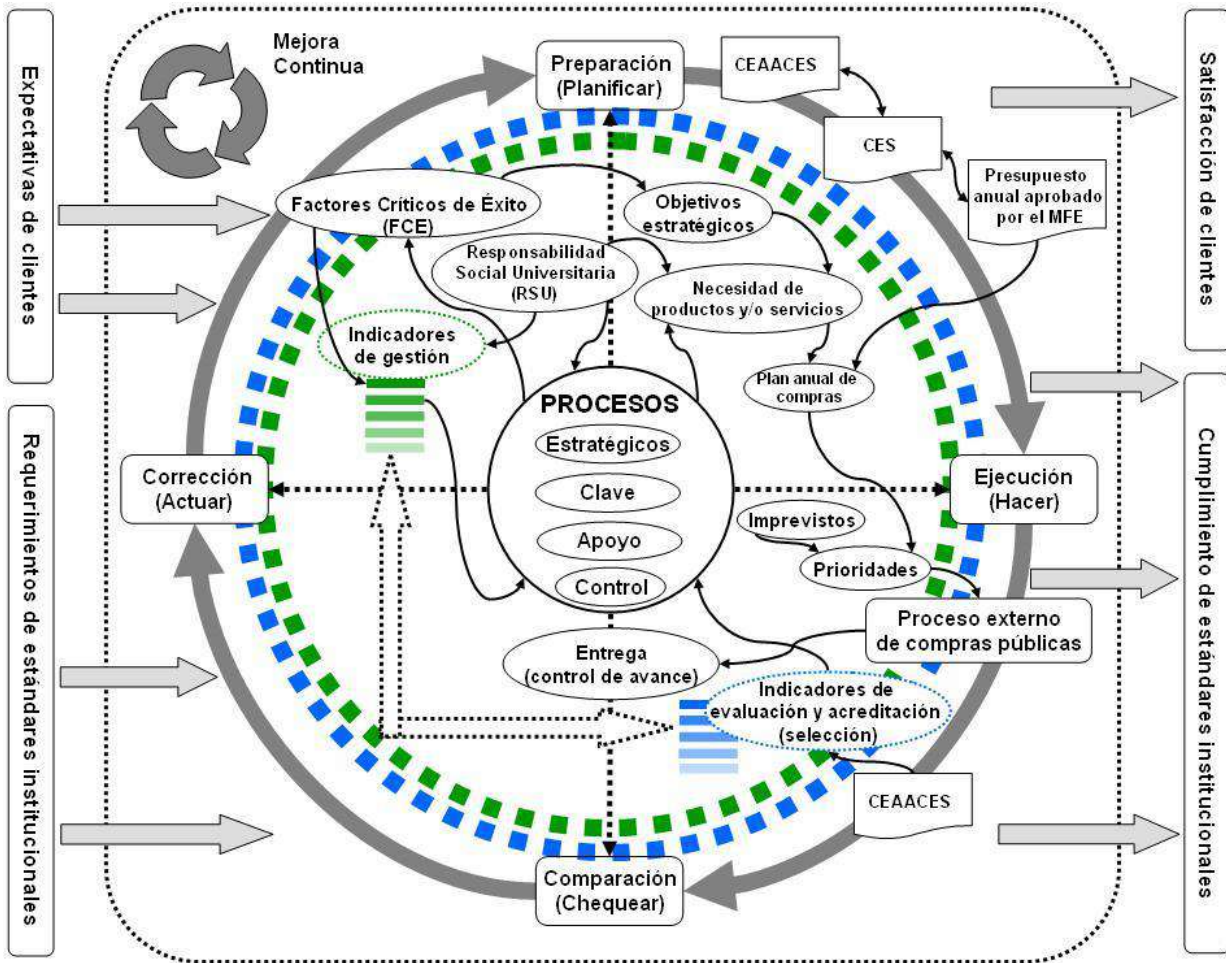


Figura 2.2 Modelo para el control de gestión del aprovisionamiento en las universidades públicas de Ecuador.

Fuente: Elaborado a partir de los modelos genéricos de gestión EFQM y Mejora Continua.

Para la aplicación del modelo se utilizan procedimientos, métodos, técnicas específicas y herramientas gerenciales que fundamentan los resultados obtenidos.

Aspectos más representativos que distinguen y aporta el modelo propuesto:

- Contribuye a mejorar los resultados del proceso de evaluación, acreditación y aseguramiento de la calidad de la educación superior.
- Propicia el control de gestión del aprovisionamiento en las universidades públicas de Ecuador.
- Posibilita el control sistemático del presupuesto asignado y de su ejecución, así como de los recursos materiales y financieros en las IES ecuatorianas.
- Organiza los trámites y disminuye el tiempo en la gestión de aprovisionamiento y de las compras de productos y servicios de las universidades públicas de Ecuador.
- Permite la alineación de los indicadores de control de gestión del aprovisionamiento de las universidades públicas a los indicadores del modelo
- de evaluación, acreditación y aseguramiento de la calidad de la educación superior ecuatoriano.
- Permite establecer un modelo de control de gestión del aprovisionamiento orientado a los procesos clave de las universidades públicas de Ecuador.

#### **Entradas y salidas del modelo para el control de gestión del aprovisionamiento en las universidades públicas de Ecuador.**

##### **Entradas:**

Las entradas la constituyen las Expectativas de los clientes tanto internos como externos y los requerimientos de los estándares institucionales.

##### **Salidas:**

Las salidas están conformadas por la satisfacción de los clientes (externos e internos) y el cumplimiento de los estándares institucionales. Para evaluar estas salidas se definirán los indicadores fundamentales así como la forma de cálculo de los mismos.

#### **Conclusiones**

El modelo de control de gestión del aprovisionamiento en las instituciones públicas de educación superior del Ecuador propuesto está representado en un diagrama de flujo que muestra la interacción entre el sistema o proceso y las entidades externas, siguiendo una secuencia de cuatro etapas conectadas de forma dependiente y condicional a la precedente, que se orienta al mejoramiento continuo de sus indicadores de eficiencia y eficacia para lograr mejores resultados en el proceso de evaluación y acreditación de estas instituciones.

El procedimiento de diagnóstico desarrollado con la aplicación de herramientas y paquetes estadísticos permite determinar la relación causal entre las deficiencias encontradas, hasta extraer las variables clave del problema y el impacto de las mismas en las IES públicas del Ecuador.

El empleo de la metodología, técnicas y herramientas estadísticas asociadas a las etapas del modelo permite obtener resultados desde el punto de vista científico.

La gestión basada en procesos se manifiesta dentro del modelo propuesto en la medida en que su propia concepción induce a las relaciones horizontales entre sus etapas (procesos), los resultados de una pueden ser

elementos de entrada para otras etapas y estar interrelacionados dentro del modelo en general.

## Referencias

- Ballou, Ronald H.: *Logística empresarial, control y planificación* (1991), Editora Diez de Santos, Madrid, España.
- Beltrán, J. y Carmona, H. (2006). *Indicadores de gestión. Herramientas para lograr la competitividad*, Temas gerenciales 3R Editores, Colombia.
- Bowersox, Donald J. y David Closs (2006): *Administración Logística*, Macmillan Publishing Company, Nueva York.
- Clubcalidad: *Modelo EFQM de Excelencia*. (2009). Disponible en: URL: [www.efqm.org](http://www.efqm.org) [www.clubcalidad.es](http://www.clubcalidad.es). [Consulta noviembre 2013].
- Codina, A. (2006). *Los Factores Críticos de Éxito y las Áreas de Resultado Clave. Usos y convenciones*. Disponible en: URL: <http://www.degerencia.com/acodina>. [Consulta junio 2013].
- Deming, W. (1989). *La calidad, productividad y competitividad*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (2014). *Plan estratégico 2014-2019*. Riobamba, Ecuador.
- ISO/TC 176/SC 2/N 544R2. (2004). *Orientación sobre el concepto y uso del "Enfoque basado en procesos" para los sistemas de gestión*.
- Kaplan, R. S. y Norton, D. P. (2010). *Cuadro de Mando Integral*. Disponible en: <http://www.comando.com>. [Consulta septiembre de 2013].
- Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) del Ecuador. (2010). En Registro Oficial No. 298. Ecuador.
- Ley Orgánica de Empresas Públicas (LOEP) del Ecuador. (2009). En Registro Oficial No. 48. Ecuador.
- Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCNP) del Ecuador, (2009). En Registro Oficial No. 395. Ecuador.
- Nogueira Rivera, D. (2002). *Modelo conceptual y herramientas de apoyo para potenciar el control de gestión en las empresas cubanas*. Tesis en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Técnicas, Instituto Superior Politécnico "José Antonio Echeverría". ISPJAE, Ciudad de La Habana, Cuba.
- Solé, A. (2010). *Gestión por procesos*. Disponible en URL: <http://www.budok.es/tienda/libros-tags/iso9001> [Consulta febrero 2013].

# El Monopsonio como estructura básica de los mercados de intermediación. Su utilidad en el análisis de la formación de los precios especialmente de bienes primarios

**Alejandro Ruiz Dimas**

Universidad de Guayaquil

Alejandro.ruiz.dimas@gmail.com

Alejandro.ruizd@ug.edu.ec

## Resumen

La Microeconomía generalmente la enseñamos como un conjunto de silogismos encuadrados en la lógica formal, aunque no necesariamente en la realidad de muchas economías, especialmente en aquellas productoras y exportadoras de bienes primarios. Es así como dentro de las cadenas de generación de valor, se suceden indeterminado número de eslabones, separando la oferta primaria de la demanda final; generando en cada uno de sus eslabones una porción de valor agregado, cuya suma se refleja en el diferencial de precios entre el consumidor final y el productor primario. Así, las cadenas de intermediación forman “conos”, amplios en la base de los productores primarios y cerrados en el extremo donde estructuras monopsonicas determinan precios, márgenes de ganancia y distribución del ingreso que genera toda la cadena. Estas cadenas se sustentan, tanto en servicios que prestan sus componentes, como en economías de escala, especialmente localizadas en el extremo superior de la cadena, con estructuras de demanda altamente concentradas. Finalmente, Los precios en el mercado primario, son definidos en el extremo superior de la cadena de valor, en base a los precios definidos en el mercado secundario.

**Palabras claves:** Mercados intermedios o de intermediación, Monopsonio, oferta y demanda primarias, oferta y demanda secundarias. Precio primario, precio secundario.

## Abstract

Microeconomics is generally taught as a set of syllogisms framed in formal logic, although not necessarily in the reality of many economies, especially in those producing and exporting primary goods. Within the chains of value generation, there is an indeterminate number of links, separating the primary supply from the final demand; Generating a portion of reflected value added that is reflected in the price differential between the final consumer and the primary producer. The Exploration from the formality of economic theory is determined by prices within the chains of intermediation, leads us to three basic conclusions, intermediation chains form "cones", wide at the base of primary producers and closed at the end where monopsonic structures determine prices, profit margins, and income distribution that generates the entire chain. These chains are sustained both in services that provide their components and in economies of scale, especially located at the upper end of the chain, with highly concentrated demand structures. Prices in the primary market are defined at the upper end of the value chain, based on prices defined in the secondary market.

**Keywords:** Intermediary or intermediation markets, Monopsony, primary supply and demand, secondary supply and demand. Primary price, secondary price.

## Introducción

Algo perfectamente lógico, como es la teoría de la formación de los precios explicativa de la mecánica natural del mercado operando dentro de diferentes estructuras, predominantemente perfiladas por el grado de concentración o dispersión de la oferta; y de cara a la demanda final de bienes y servicios, tal y como actualmente

lo enseña la Microeconomía, no necesariamente tiene que ser suficiente para todos los escenarios posibles, supuesto implícito que encontramos en tantos recetarios sobre política económica.

Más aún, siendo esquemas válidos y aplicables en el análisis de algunos escenarios, no necesariamente se encuadran dentro de situaciones que no solo son posibles, sino que incluso, pueden ser dominantes dentro de determinadas realidades que podrían sobrepasar las limitaciones geográficas, para extenderse a realidades realmente globales.

Solo a modo de muy simple ejemplo, el precio que recibe un productor de banano, café, cacao, arroz y muchos otros productos primarios que ofrecen nuestras economías, resultan notablemente diferenciados del precio que a nivel de supermercado, paga el consumidor de tales bienes, o del derivado de ese bien con cierto grado de procesamiento o transformación.

¿Cómo explicar los diferenciales entre los precios que se presentan en aquellos mercados donde el productor original vende su carga, y los precios que se van definiendo en una larga cadena de intermediación, que culmina con el consumidor como demandante final de dicho bien?

¿Qué determina la extensión, composición y estructura de la cadena de intermediación?

¿Qué “nudos” de concentración de poder de Mercado pueden formarse dentro de la cadena de intermediación, y que influencia ejercen en la determinación de los precios dentro de cada eslabón de la misma?

Todas ellas son preguntas que la Microeconomía, desde el enfoque tradicionalmente dado, donde implícitamente se supone un encuentro directo entre una oferta de productores y una demanda constituida por consumidores finales, no parece brindar respuestas; como tampoco un instrumental teórico adecuado para buscarla.

Todo lo anterior nos lleva a lo que consideramos como un vacío, no solo en el contenido de programas que siguen los estudiantes universitarios en materias como Microeconomía sino, además, una importante insuficiencia de orden metodológico y teórico en la investigación y consecuente producción de ensayos, libros y sobre todo, de textos que permitan al menos aproximar al economista a una realidad generalmente ignorada:

Nos referimos a la formación de precios en los mercados de intermediación que ocupan toda la cadena de creación de valor existente, por ejemplo, con productos de origen primario, propios de países como el Ecuador; cadenas de agregación de valor que surgen no solo del proceso de transformación industrial que enfrentan las materias primas, sino principalmente dentro de una cadena de servicios que va agregando valor al producto que sale de la tierra, muchas veces sin sufrir mayor transformación, hasta llegar al consumidor final.

Más en concreto, las teorías de la formación de los precios que son impartidas dentro de lo que denominamos “microeconomía”, parten de supuestos de orden implícito que asumen la perfecta competitividad como la regla general en el análisis de las economías y de los mercados, en tanto que, aquellos modelos de mercado que consideramos como imperfectos, se los considera como excepciones a la regla, desconectados de una realidad global; algo que en la realidad de nuestras economías, podría ser precisamente al revés.

En este trabajo, intentamos no solo “desempolvar” la genialidad casi olvidada de una de las más brillantes economistas del siglo XX como fue Joan Robinson, quien en su libro “Teoría de la Competencia Imperfecta”,



presentó lo que ella llamara “Teoría del Monopsonio”, algo muy poco tratado en textos de microeconomía, u olvidado en muchos de los más populares.

Nuestra idea apunta a interpretar un instrumental teórico originalmente presentado en los años treinta del siglo XX, como base para el análisis de la formación de los precios desde la visión interior de las cadenas de intermediación que se gestan entre los oferentes primarios de muchos bienes y los consumidores finales de los mismos.

### **Importancia del problema**

Todo bien que llega a las manos de un consumidor, tiene un precio que, desde el punto de vista de la oferta, implica una estructura de costos que, a su vez, determina la distribución del ingreso que la producción y comercialización de ese bien genera.

Dicha estructura de costos está formada, tanto por remuneraciones correspondientes a los factores productivos que en ella participan, como por márgenes de ganancia que estarán de alguna manera afectados, por el grado de concentración del poder de mercado que a lo largo de la cadena de intermediación puedan presentarse, en diferentes “nudos” de la misma.

La Teoría del Monopsonio, como base fundamental en el estudio estructural de las cadenas de intermediación o eslabones de agregación de valor, nos brinda una visión más clara no solo de las estructuras de costo que modifican la competitividad de determinados productos; nos permiten ver la realidad de diferentes mercados, en términos de distribución o concentración de valor, como instrumento de estrategia productiva y competitiva.

### **Metodología**

Siendo formalmente la señora Joan Robinson pionera en la creación de la “dimensión Imperfecta” de las teorías sobre la formación de los precios, resulta ineludible recurrir a su obra la cual es fuente principal de los más importantes y trascendentes obras que forman parte de nuestra referencia bibliográfica.

Es de destacarse que, en su libro, la autora dedica alrededor de cien páginas equivalentes a un tercio de toda la obra, para tratar el tema del Monopsonio. De hecho, es esta obra la primera donde se trata el tema y es también su autora la creadora de dicho término. El tema lo trata como un caso particular de mercado imperfecto, aplicable principalmente al mercado del trabajo y no como un caso de intermediación propiamente dicho, enfoque que pretendemos rescatar en este artículo.

Partiendo de la base técnica y conceptual de J. Robinson, nos atrevemos a identificar dos características que, a nuestro entender, complican la comprensión del modelo que desarrolla la citada autora:

- La señora Robinson se concentra en explorar la situación de equilibrio de la firma Monopsónica, considerando sin explicitar la función de esta firma como eslabón entre dos mercados distintos. Creemos que el explicitar tal función no solo aclara el modelo, sino que además pone en evidencia su practicidad.
- Dentro del texto “Teoría de la Economía Imperfecta”, en lo que atañe al tema “Monopsonio”, la autora no parece desprenderse del concepto de “Utilidad Marginal” como clave en la generación de la demanda.
- En este trabajo partimos directamente del simple hecho de identificar al Monopsonista como empresa y como tal, considerando la racionalidad de su conducta, ya como oferente, ya como demandante, basada en el objetivo único de maximizar ganancias. Esta última idea nos lleva a concluir de que en situación de monopsonio, la curva de la demanda para el monopsonista, definida como el conjunto de cantidades y de

precios máximos que él como demandante está dispuesta a pagar por las unidades que adquiere, no tiene significado en condiciones de mercado donde el precio, él mismo lo define en función exclusivamente de los precios mínimos que el oferente primario está dispuesto a recibir por su producto, y que están dados por la curva de oferta primaria.

En el desarrollo de este artículo, no pensamos en estructuras productivas de países como Alemania, Estados Unidos, Francia o Inglaterra, aunque no cabe duda alguna, de que también en tales países podemos encontrar a nivel de los mercados intermedios, problemas de concentración monopólica. De hecho, esos países fueron el escenario objeto de estudio de la señora Robinson. Así mismo, no se descarta el hecho de que pueden ser problemas de distribución monopólica en tales países, parte substancial de los problemas distributivos del ingreso en países productores de bienes esencialmente primarios.

Cuando pensamos en estructuras monopólicas, pensamos fundamentalmente en economías con estructuras productivas y además normativas, similares a las del Ecuador; un país pequeño, normativamente complicado, pero además insuficientemente desarrollado.

Y es que, siguiendo el pensamiento de Syllus Labini, más allá de los problemas de concentración de oferta o de demanda que se originan en grandes economías de escala propiciadas a su vez por el desarrollo tecnológico; es el proteccionismo y el paternalismo de muchas políticas públicas, a veces sesgadas por intereses cercanos al poder, como resulta típico de países considerados “del tercer mundo,” lo que genera situaciones de escasa o nula competitividad en innumerables sectores productivos; no solo al interior de los mercados domésticos sino también, en la participación de los agentes económicos de esos países en la esfera del comercio con el exterior.

Estructuras de mercado monopólicas u oligopólicas parecen tejerse en torno a de mercados de exportación agropecuaria como los de café, cacao o banano; mercados en donde de cara a la oferta doméstica, presentan condiciones aparentemente muy competitivas, pero en cambio, de cara a la oferta externa, la oferta se limita a muy pocas empresas que intermedian entre la producción doméstica de tales bienes y la demanda que se genera desde el exterior.

En tal escenario, nuestra propuesta se ciñe al desarrollo de un modelo teórico que permita explicar las consecuencias de estructuras de mercado con altas concentraciones en el lado de la demanda; consecuencias definidas fundamentalmente en términos de distribución de los ingresos que genera la actividad comercial de algunos bienes propios de la canasta exportable de países oferentes de productos primarios, especialmente de origen agropecuario.

En síntesis, en este artículo se interpreta a la firma monopólica como un intermediario que adquiere bienes en un mercado que simplemente denominamos “primario”, y ofrece ese bien en otro mercado que denominamos como secundario, ya sea transformado, agregado a un tercer producto distinto, o simplemente sin procesar, en su forma original, pasando de mano en mano a lo largo de la cadena de intermediación, sin transformación alguna.

Para simplificar el esquema teórico, partimos del supuesto simplificado, de que el intermediario monopsonista no tiene costos fijos, por lo que tanto su costo medio como su costo total, estará determinado por la cantidad de bienes que logre intermediar.

En un segundo modelo, se levanta el supuesto antes señalado, develando la he efecto de los costos fijos dl intermediario, no solo en la formación e los precios sino también, en la distribución del valor generado por la cadena de intermediación, entre los diferentes intervinientes de la misma.

Ambos escenarios, con costos fijos y sin estos, los planteamos bajo dos condiciones posibles, estas son:

Que, en el mercado secundario, el monopsonista tenga algún grado de poder de mercado, es decir, capacidad monopólica; y,

Que el monopsonista actúe dentro del mercado secundario, como simple tomador de precios, en un ambiente altamente competitivo.

Finalmente, asumimos que, en la medida en que la participación del intermediario se aproxime a condiciones monopsónicas, la curva de la demanda dentro del mercado primario será inexistente, por lo que el precio estará determinado por el costo marginal del oferente; en tanto que las cantidades estarán determinadas por las condiciones de oferta y demanda en el mercado secundario.

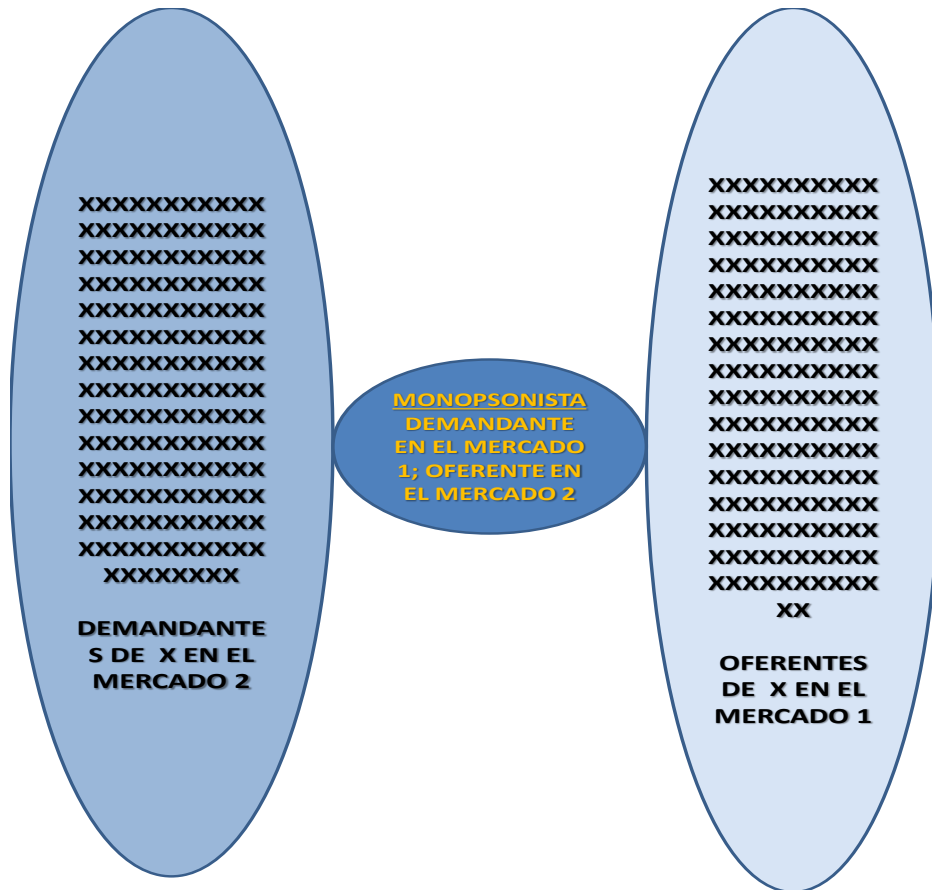
## **Resultados**

### **El escenario y los actores**

Un mercado monopsónico, corresponde a una estructura donde dos mercados diferentes de un mismo bien, se conectan por la articulación de un intermediario que actúa como demandante en uno de tales mercados; y como oferente en el otro.

En el gráfico 1, representamos un ejemplo de mercado monopsónico, donde dos diferentes niveles de comercialización de un bien cualquiera “X”, son conectados por un intermediario que resulta ser demandante en un mercado que definiremos como “Primario” y oferente en otro nivel de mercado que definiremos como “Secundario”.

Gráfico 1



### Definiciones básicas

A los agentes oferentes dentro del mercado primario, los identificamos como “Oferta Primaria.”

La demanda en el mercado secundario, la denominaremos así mismo, “Demanda Secundaria”.

El monopsonista es, por su propia condición como intermediario entre dos mercados distintos, “Demandante Primario” y “Oferente Secundario”.

### Los posibles escenarios

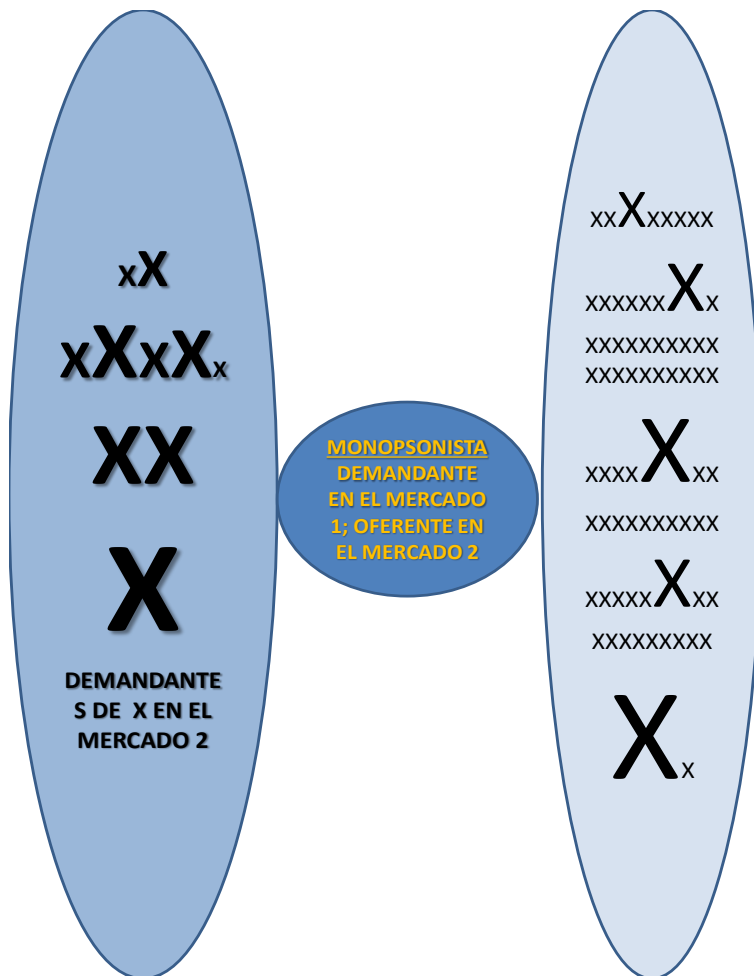
Queda claro que el monopsonio podría resultar un caso extremo, excepcionalmente extremo, siendo lo más cercano a la realidad en los mercados de intermediación, las estructuras Oligopsónicas. No obstante, el modelo Monopsónico nos permite una visión simplificada del problema que pretendemos identificar dentro de las estructuras de intermediación industrial y comercial que se observan en las economías en general, pero, sobre todo, en aquellas productoras de bienes de origen agropecuario no solo con vocación exportadora sino también, de cara al mercado doméstico.

Sin embargo, de lo anteriormente dicho, el panorama de opciones a explorar, aún desde la simplicidad de la estructura de mercado monopsónico, es en extremo amplio:

- Podemos considerar, como lo sugiere la lámina 1, mercados primario y secundario con una alta atomización de participantes: en el primario actuando una infinidad de oferentes, simulando condiciones perfectamente competitivas; y así mismo, una infinidad de demandantes en el mercado secundario. En tal caso el monopsonista actuaría simultáneamente como monopolio de oferta en el mercado secundario.

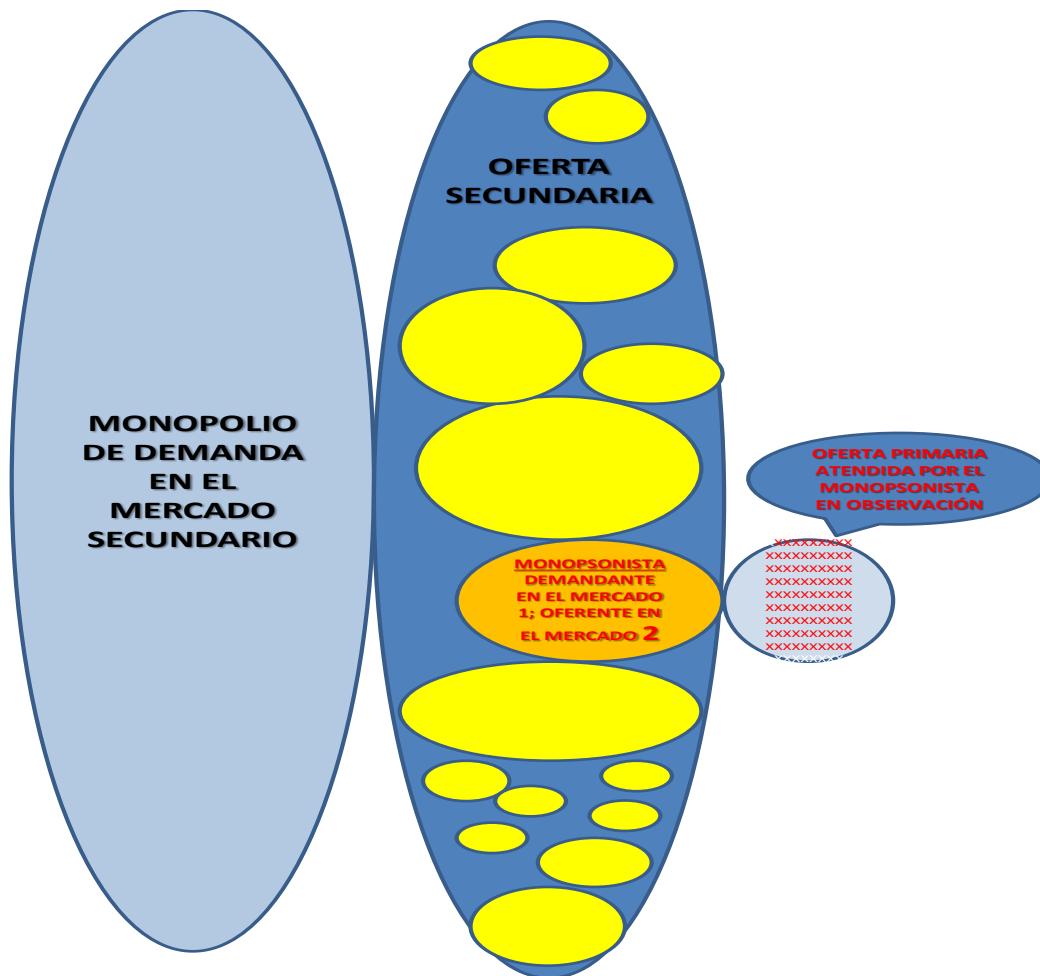
- Podemos así mismo considerar, estructuras oligopólicas en la oferta primaria como en la demanda secundaria, asumiendo que el monopsonista vende no al consumidor sino a otros intermediarios del producto, como intentamos ilustrar en el gráfico 2

Gráfico 2



Así mismo podría considerarse una estructura de demanda monopólica en el mercado secundario, donde el monopsonista en cuestión, debe actuar de manera competitiva con otros oferentes del mercado secundario. Como puede observarse, aún en el escenario “extremo” del monopsonio, podemos construir variantes del mismo modelo, cuyas características se adapten a cualquier condición múltiple de estructura de mercado, donde firmas con importante poder de mercado en ambos lados del mercado, actúan como intermediarias.

Gráfico 3



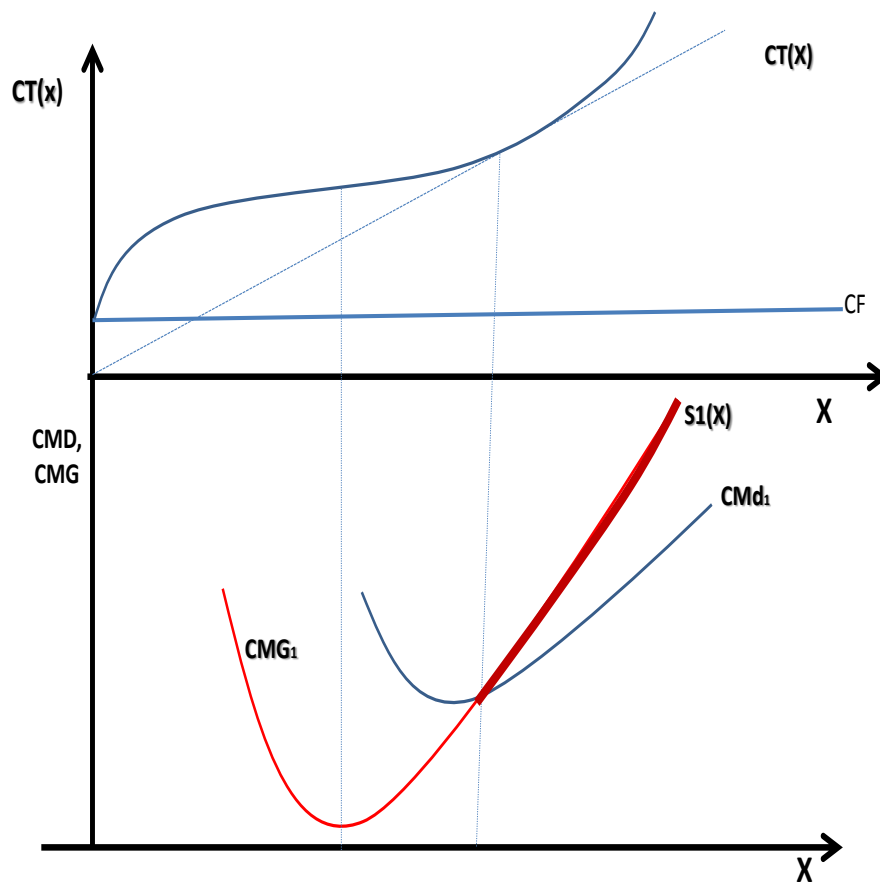
**Escenario primero.**

**La firma monopsónica enfrenta condiciones de demanda atomizada; y actúa competitivamente como oferente, dentro del mercado secundario.**

En el gráfico 3, representamos tanto la estructura de costos de la firma productora de un bien cualquiera que denominaremos como “bien X”, así como la curva de oferta de la misma firma, definida sobre la curva de costo marginal, a partir del punto donde el costo medio es mínimo, un esquema muy simple tomado de la microeconomía elemental.

Estamos pues suponiendo que, en el mercado primario, la oferta del bien “X” responde a una estructura perfectamente competitiva por lo cual, la curva de la oferta representará el precio mínimo aceptable, para producir y vender una determinada cantidad del bien “X”. La diferencia entre el costo marginal y el costo medio, determinará el margen de ganancia de las empresas oferentes del bien “X” dentro del mercado primario., siempre en el escenario propio de una oferta altamente competitiva, donde el precio estará determinado sobre la curva del costo marginal.

Gráfico 4



**La estructura de demanda en el mercado secundario.**

Supongamos que entre el conjunto atomizado de oferentes primarios y la demanda final del bien “X”, intermedia una firma monopsonista.

Suponiendo además que el intermediario monopsonista actúa competitivamente en el mercado secundario, participando junto a un indeterminado número de oferentes de igual o mayor tamaño. En este supuesto podríamos asumir, acercándonos a la realidad, que el mercado secundario descrito, se asemeja al espacio donde países como el Ecuador, coloca sus productos de exportación; por ejemplo, el mercado europeo del banano, del café o del cacao.

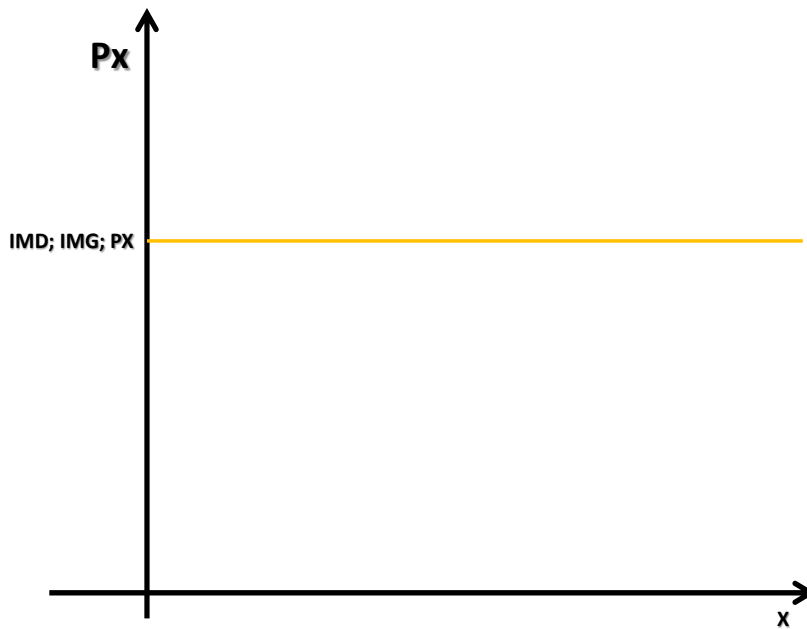
En tal escenario, podemos asumir que, de cara al mercado internacional, que el monopsonista es un oferente más en el mundo, un tomador de precios sin capacidad para modificar las condiciones tal escenario, por lo que su curva de demanda corresponderá a la línea horizontal determinada en cada instante, por el precio vigente en dicha instancia de mercado.

En tales circunstancias, la curva de la demanda que enfrentará el monopsonista, corresponderá por igual a las curvas de ingreso medio o precio; así como a la curva de ingreso marginal del monopsonista. De igual manera, dicha curva de demanda determinará las cantidades del bien “X” que éste intermediará entre los dos espacios de mercado en los que participa: en el espacio del mercado primario donde actúa como demandante único; y en el mercado secundario donde actúa como simple tomador de precios, sin poder de mercado alguno.

Obsérvese que el escenario planteado para el mercado secundario donde actúa el monopsonista, no necesariamente debe corresponder a un mercado perfectamente competitivo. Solo corresponde a un escenario donde el monopsonista actúa sin poder alguno de mercado, siendo apenas un simple tomador de precios.

En este sentido, el escenario bien podría corresponder también, a un mercado secundario de estructura oligopólica en el cual, grandes firmas internacionales lideran los precios y el monopsonio bajo observación, solo participa de forma pasiva a nivel de mercado secundario, siguiendo la corriente del mercado.

**Gráfico 5**



### **Estructura de costos del intermediario monopsonista.**

En este primer escenario, asumamos que los costos variables de la firma monopsonista, están determinados por la cantidad de bienes “X” que dicha firma adquiera en el mercado primario, con el exclusivo propósito de ofrecerlos en el mercado secundario.

Provisionalmente suponemos, además, que la intermediaria monopsonista no enfrenta costos fijos por lo cual, sus costos medios totales son equivalentes a sus costos medio variables, mismos que estarán determinados exclusivamente, por la cantidad y por los precios del bien “X” que intermedie.

Si el intermediario monopsonista no enfrenta costos fijos y sus costos totales estarán determinados exclusivamente por los precios y por las cantidades que pague por los bienes “X” que adquiera en el mercado primario, entonces, la curva de oferta o de costo marginal del oferente primario, se convertirá en la curva de costo medio del monopsonista.

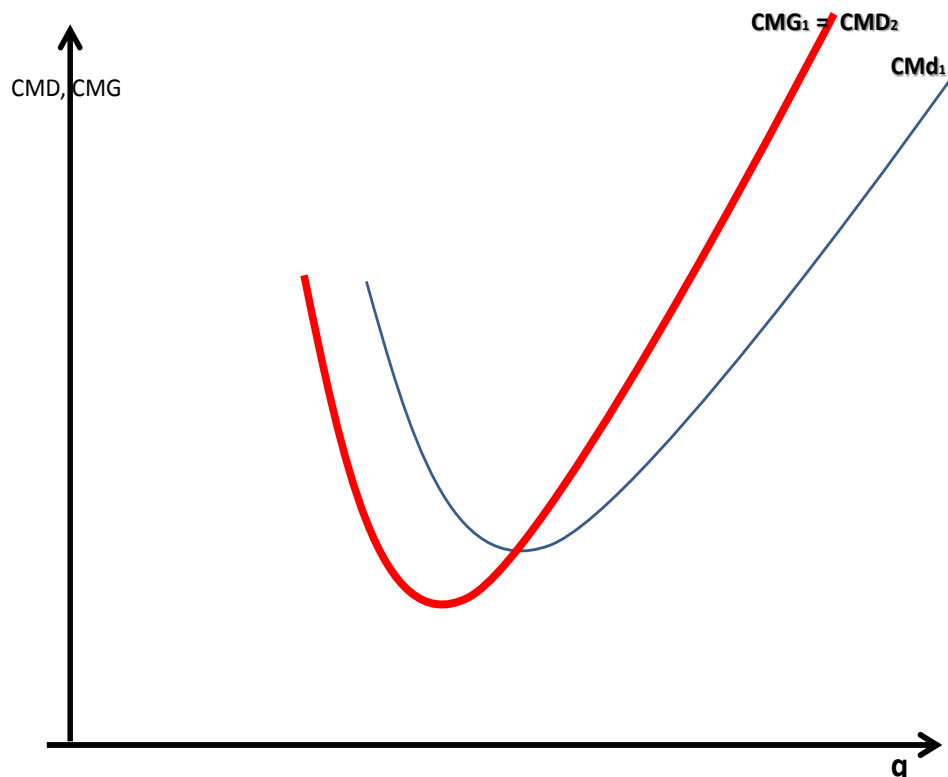
En el gráfico 4 la curva de color rojo, representa para el oferente primario su curva de costo marginal (CMG1) y por lo tanto, corresponde en su tramo creciente a la curva de oferta primaria.



La misma curva, corresponderá por lo tanto a la función de costo medio del monopsonista, ya que su único costo, de acuerdo al supuesto establecido, es el costo de adquirir bienes “X” en el mercado primario.

Sobre la curva del costo medio, la construcción de las curvas de costo total del monopsonista, como la curva de costo marginal, resulta un simple problema algebraico, facilitado por un supuesto transitorio: inexistencia de costos fijos en el intermediario monopsonista.

Gráfico 5



#### El equilibrio del monopsonista en el escenario planteado

Partiendo del axioma según el cual la empresa marca como objetivo único la maximización de sus ganancias, el equilibrio de la firma estará dado en un nivel de oferta en el mercado secundario, tal que su costo marginal sea igual al precio que se defina en ese mismo mercado secundario.

El nivel de oferta del monopsonista en el mercado secundario, definirá su nivel de demanda del bien “X” en el mercado primario, así como el precio que para este bien lo defina la curva de oferta.

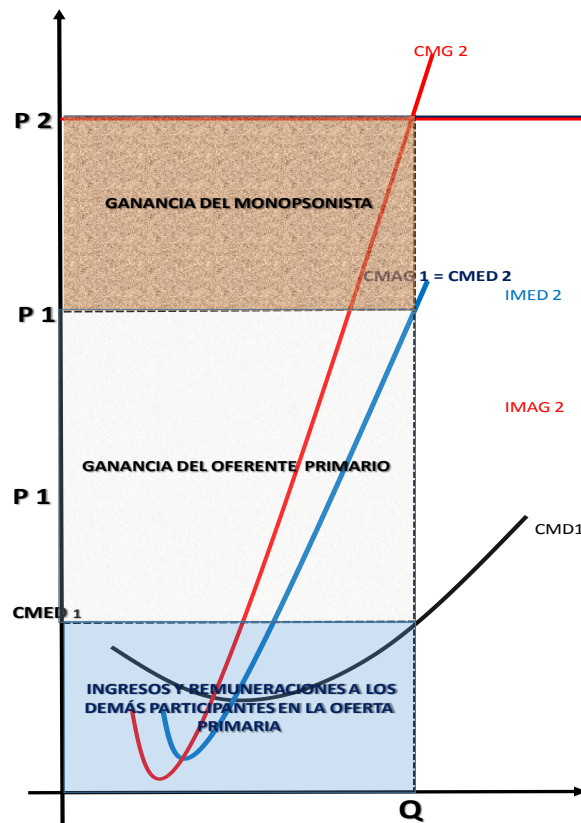
Dicho precio definirá tanto el costo medio del monopsonista (asumiendo inexistencia de costos fijos); así como la función de ingresos del oferente primario.

El precio en el mercado secundario, multiplicado por las cantidades transadas del bien “X”, definirá el ingreso total que, hasta ese punto de la cadena de comercialización, genera el producto en cuestión (gráfico 6).

No olvidemos que la demanda en lo que estamos considerando como el mercado secundario, no necesariamente

está constituido por demandantes finales del bien “X”:

Gráfico 6



En el gráfico 6, sintetizamos la situación de equilibrio del monopsonista como intermediario entre los oferentes del mercado primario, y la demanda en un mercado secundario, donde el monopsonista es un simple precio-aceptante:

- El monopsonista logra su máxima ganancia, cuando su costo marginal se iguala con el ingreso marginal, mismo que en un escenario de mercado secundario perfectamente competitivo, es igual al precio, en ese espacio de mercado.
- Los costos del monopsonista están determinados por su curva de coste medio, coincidente con la curva de precios del bien “X” en el mercado primario; determinada a su vez por la curva de oferta dentro de tal instancia de mercado; instancia dentro de la cual, no existe curva de demanda.

Si la demanda en el mercado secundario la constituyen consumidores finales de “X”, el precio en ese mercado definirá el ingreso total de la cadena de valor iniciada en la producción y oferta primaria del bien “X”.

Si la demanda en el mercado secundario está constituida por otros intermediarios, el precio en ese nivel no mostrará aún todo el valor agregado que la comercialización o transformación del bien en cuestión pueda generar, hasta el consumidor final.

En todo caso, para el escenario planteado, la diferencia entre el precio en el mercado secundario (PX”) y el

precio definido en el mercado primario, constituye la ganancia del intermediario monopsonista; mientras que la diferencia entre el precio en el mercado primario y el costo medio del oferente primario, define la ganancia del productor primario.

Así mismo, el nivel de costo medio del productor primario, define el valor de las remuneraciones de los factores productivos que intervinieron en la oferta primaria, así como los ingresos de otros agentes productivos, como intermediarios y productores de bienes intermedios sumados a la producción del bien “X”.

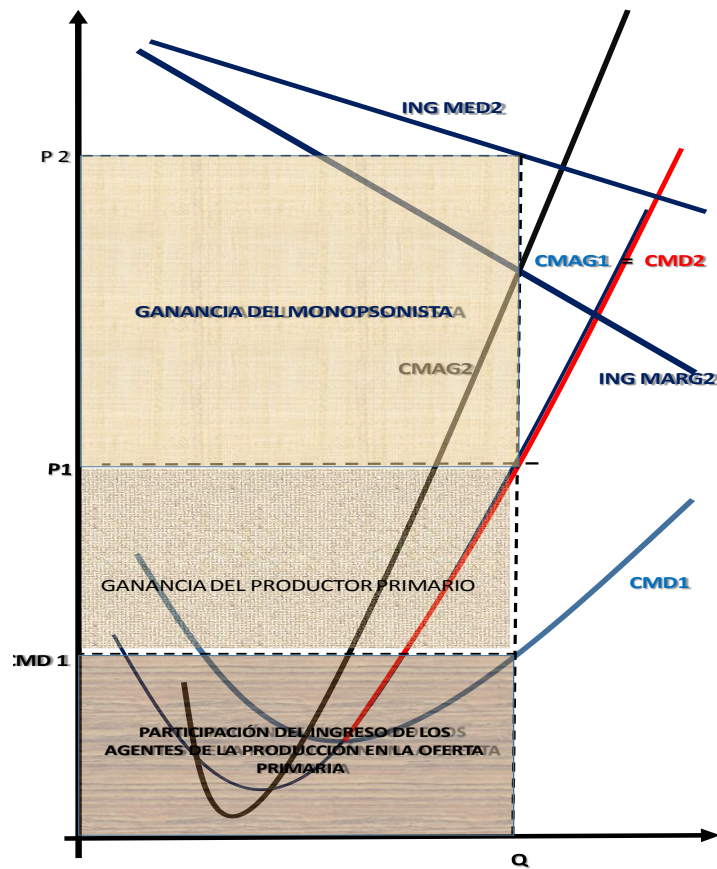
Así, mientras que el precio en el mercado primario define los ingresos que dentro de la cadena de valor se distribuirán entre los intervinientes del proceso de producción y oferta del bien “X” hasta la intervención de la firma monopsonista, dicho precio definirá cual identidad, los costos medios a cubrir por dicha empresa, en su tarea de intermediar entre los mercados primario y secundario.

### **Escenario dos**

La firma monopsonista enfrenta una demanda secundaria poco competitiva, es decir, con cierto grado monopólico; en tanto que, en el mercado primario, atiende una oferta atomizada.

El nuevo escenario no marca diferencia alguna en cuanto a la estructura de costos del monopsonista y por lo tanto, en cuanto respecta a las condiciones de costo en el oferente primario.

Gráfico 7



Si marca diferencias substanciales en cuanto a las condiciones de la oferta en el mercado secundario y por lo tanto, en lo referente a las condiciones de la curva de demanda que determinará más que los ingresos del monopsonista, el valor acumulado por toda la cadena de valor, desde los factores de la producción que intervinieron en el proceso de producción primaria, hasta la instancia del intermediario monopsonista (gráfico 7).

Siendo el intermediario monopsonista un oferente en el mercado secundario con capacidad para incidir en el precio; la curva de la demanda en esta instancia de mercado serán función inversa del precio.

Esta característica condicionará la cantidad del bien “X” que el intermediario demande en el mercado primario, a la elasticidad que la demanda del mismo bien exhiba en el mercado secundario.

De hecho, el intermediario solo operará dentro del tramo de la demanda en el mercado secundario, donde su ingreso marginal sea positivo, es decir, donde la demanda en el mercado secundario, muestre una elasticidad relativa al precio no menor a la unidad, en valores absolutos.

Del razonamiento precedente, surgen dos preguntas que nos ayudan a la aproximación del modelo propuesto para el estudio de la evolución de los precios al interior de cadenas de intermediación:

Bajo el supuesto hasta este punto mantenido, de que el intermediario monopsonista no tiene costos fijos:

1. ¿Cuál es el efecto que el accionar del intermediario monopsonista trae sobre la oferta del bien “X”, y

sobre e ingreso total que éste produce a lo largo de la cadena de valor, ¿hasta llegar a mercado secundario?

La misma pregunta desde otro enfoque:

- 1.a ¿Cuál sería el valor del ingreso total que la cadena de valor del bien “X” generaría, ¿si el productor primario pudiera conectarse directamente con el demandante en el mercado secundario?
2. ¿Es posible eliminar al intermediario?

La primera pregunta la contestaremos en los próximos párrafos. La segunda, la abordaremos en el análisis de un segundo escenario, donde consideraremos que el intermediario monopsonista tiene costos fijos.

## Discusión

### Una primera aproximación costo social de una estructura de intermediación monopsonica

En un mercado secundario de características altamente competitivas, donde el monopsonista actúa como precio-aceptante; y donde el precio define el criterio dominante dentro de las decisiones de la demanda, el impacto social de un intermediario monopsonico resulta evidente, no solo en el tamaño de la producción y oferta del bien “X”, sino también, en el ingreso que se distribuye dentro del proceso de producción, intermediación y de generación de valor del bien “X”. En este escenario, el equilibrio del monopsonista estaría definido por el punto “a”, donde su costo marginal iguala al precio en el mercado secundario.

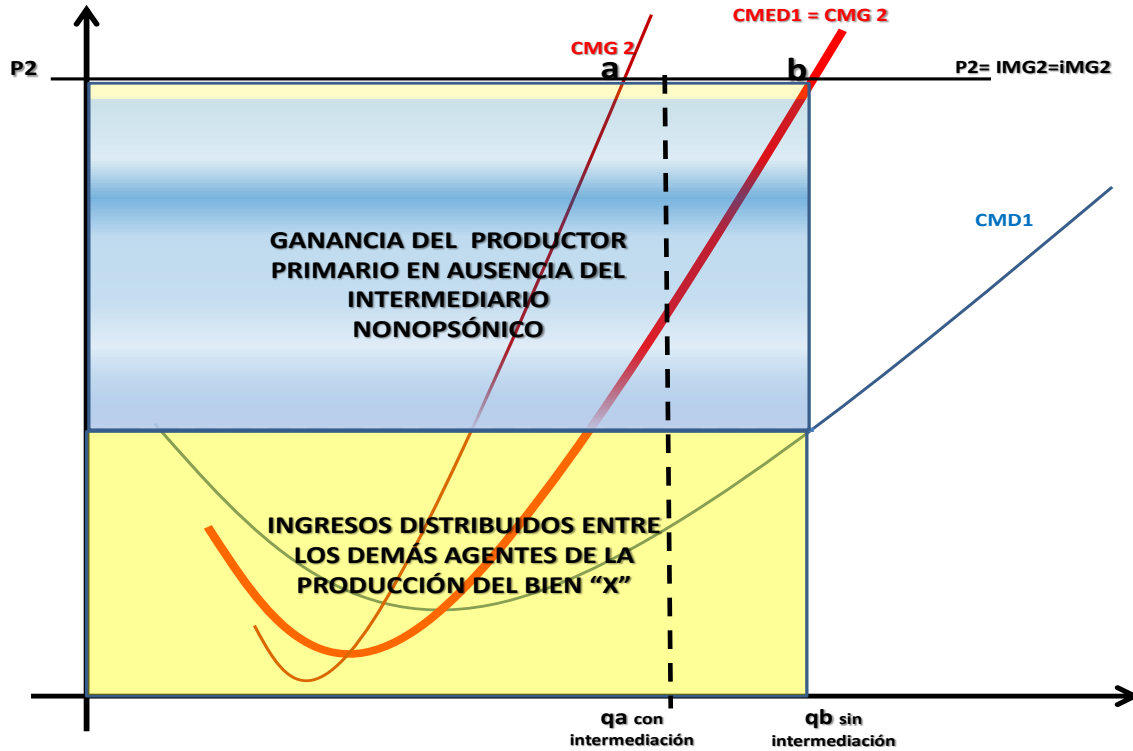
En este escenario, el ingreso total generado por la cadena de valor del bien “X”, estaría definido por el rectángulo cuya altura la define el precio en el mercado secundario ( $P_2$ ), la base equivale a cantidad de equilibrio  $q_a$ .

Si “eliminamos” al intermediario monopsonista, simulando una prolongación en la curva de ingreso marginal del oferente primario, hasta la curva de precio en el mercado secundario, se encontraría una nueva situación de equilibrio en el punto (b), esta vez entre el oferente primario directamente con la demanda secundaria, a la derecha del punto “a” correspondiente al punto de equilibrio del intermediario monopsonista.

En la nueva situación de equilibrio (gráfico 8), definida a partir de la intervención directa del productor primario en el mercado secundario, el rectángulo representativo del ingreso generado por la cadena de producción del bien “X”, se amplía en su base hasta  $q_2$ , generando un incremento en el ingreso representado por el rectángulo formado en su altura por el precio ( $P_2$ ), y en la base por el incremento de las cantidades ( $q_b - q_a$ ).



Gráfico 9



En un escenario donde en el mercado secundario, el intermediario monopsonista goce de algún grado importante de poder monopólico, la curva de demanda en el mercado secundario, como el ingreso marginal se mostrará decreciente y en tal circunstancia, el beneficio social de eliminar al intermediario monopsonista disminuirá conforme la elasticidad de la demanda con respecto al precio, también se reduzca.

En efecto, siendo la curva de la demanda de pendiente negativa, todo incremento en las cantidades ofrecidas del bien “X” será posible realizarla solo frente a una disminución en el precio, dentro del mercado secundario (P2).

Así mismo, el punto de equilibrio solo será posible lograrlo sobre el tramo de la curva de demanda donde a elasticidad de la demanda del bien “X” con respecto a su precio, sea mayor o al menos igual a la unidad.

En otras palabras, el punto de equilibrio a nivel del mercado secundario, necesariamente estará localizado dentro de la zona de demanda donde los ingresos generados dentro de la cadena de valor correspondiente a la producción y comercialización del bien “X”, sean crecientes

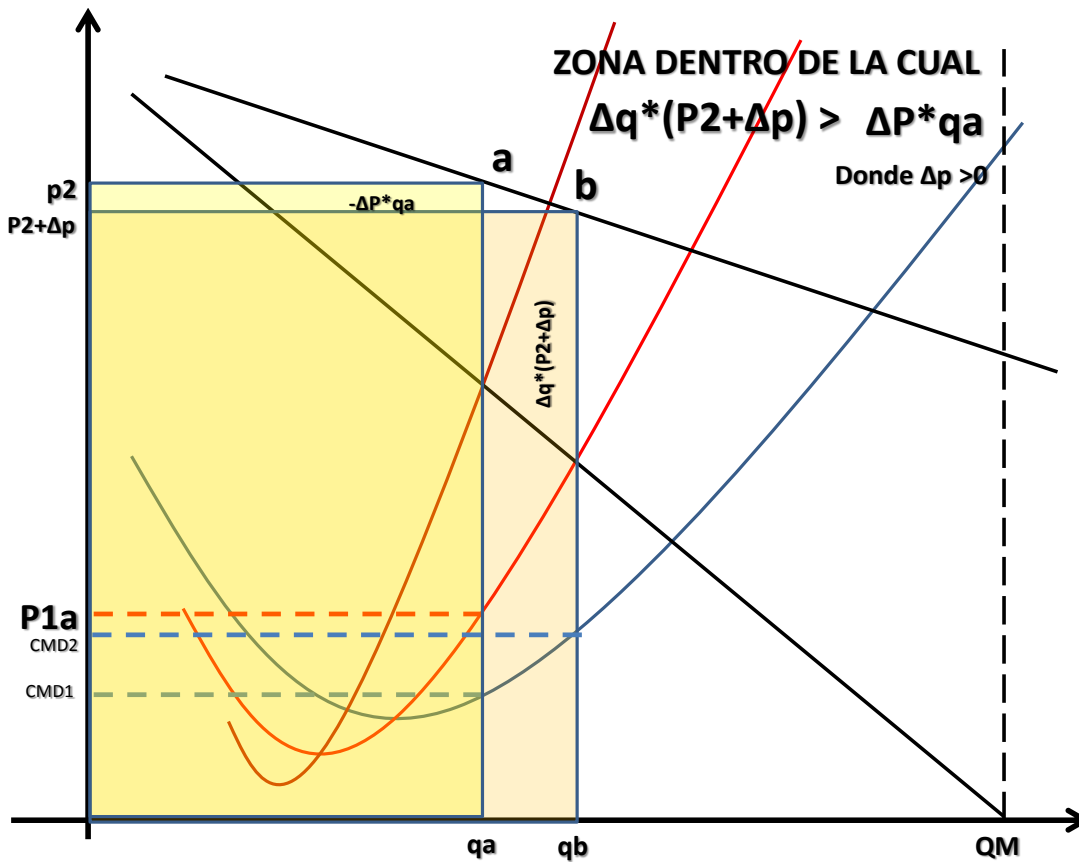
Así, al pasar de “a” correspondiente al punto de equilibrio del monopsonista, a “b” donde el productor primario logra su punto de equilibrio, se generará una expansión de la oferta equivalente a  $(q_b - q_a)$ ; pero, además, el precio P2 se verá reducido en  $\Delta p_2$ .

En tales circunstancias, la expansión de la oferta solo será posible en la medida en que el crecimiento que se de en el ingreso generado por la expansión de la oferta  $(\Delta q^*(p_2 + \Delta P_2))$ , sea mayor que la reducción que en el ingreso

de la cadena de valor del bien X”, produce la baja en el precio de dicho bien, originada en la expansión de la oferta ( $\Delta P_2 \cdot q_a$ ).

¿Qué razones pueden sostener la presencia de intermediarios dentro de la cadena de valor que se extiende desde el productor primario hasta el demandante final?

GRÁFICO 10



Hasta este punto de la exposición, no podemos perder de vista el hecho de que, en nuestro análisis, a más de suponer explícitamente que el intermediario monopsonista no tiene costos fijos; estamos suponiendo implícitamente, además, que el productor primario tiene condiciones materiales para aproximarse a la demanda en el mercado secundario es decir, suponemos que la economía puede prescindir del intermediario monopsonista, sin incurrir en costos transaccionales ni sociales de alguna naturaleza.

En tales circunstancias donde el intermediario “puro”, solo es un mediador entre uno y otro eslabón de la cadena de valor, sin incurrir en costos fijos; y donde simplemente, adquiere el bien “x” en el mercado primario para vender exactamente el mismo bien en el mercado secundario, surgen algunas preguntas:

- ¿Cuál es la función del intermediario monopsonista?
- ¿Qué podría justificar su participación al interior de la cadena de valor?

Hasta este punto de la discusión, el intermediario monopsonista podría parecer como un parásito dentro de la



cadena de producción y generación de valor, a la que le extrae parte de los ingresos que esta cadena produce, generando un costo para el sistema simplemente de orden transaccional, con un impacto negativo en el orden social, limitando tanto la expansión de la oferta como del ingreso que la cadena de producción podría generar.

De alguna manera y en muchos casos, efectivamente lo es; y aun cuando se supone que la regulación de los mercados por parte de entidades del estado está destinada entre otras cosas, a evitar ese tipo de situaciones, no es poco probable ni tampoco poco frecuente, el hecho de que sea esa misma acción reguladora la que, mediante el control de la entrada de competidores al mercado, o aplicando complejos sistemas regulatorios y de control, que generen costos transaccionales sin valor real al consumidor; y que además de restarle eficiencia y competitividad a los procesos generadores de valor.

Sin embargo, de lo anterior, también es posible que otro tipo de intermediario “puro” pueda justificar su actuación dentro de la cadena de valor, poseyendo conocimientos de los que el productor primario carece, o proveyendo servicios que el demandante secundario aprecia; o que el productor primario requiere, frente a la imposibilidad o inconveniencia de auto proveerlos.

Solo a modo de ejemplo:

Es común entre agricultores, artesanos y otros productores, la ausencia de experiencia; de conocimientos, inclusive de relaciones comerciales, que les impiden llegar con sus productos, directamente a lo que hemos denominado como el mercado secundario.

Al respecto, resulta oportuno señalar que, al menos en el Ecuador, las más importante acciones en materia de capacitación que ofrecen los gobiernos, así como instituciones no gubernamentales e incluso privadas, a productores primarios, tanto en el área agropecuaria, como artesanal e industrial de pequeña escala, se centran en el mejoramiento técnico de los procesos de producción sin embargo, poco o nada se ofrece en materia de comercialización; cuando es precisamente dentro de la cadena de intermediación comercial, donde se materializa el mayor valor agregado del proceso que conduce hasta el consumidor final del bien en cuestión.

En otras circunstancias, el intermediario puede surgir como un agente de confianza de demandante secundario, especialmente en aquellos sectores donde se identifican riesgos en cuanto a la calidad de los insumos o materias primas de origen primario que se adquieren y por lo tanto, el control de calidad se convierte en una necesidad que genera costos operativos que el industrial, al exportador o el intermediario mayorista, traslada a otros los agentes proveedores de menor tamaño. De esta manera, por ejemplo, pudiendo una industria comprar directamente a productores primarios que venden a menor precio, se prefiere comprar a un intermediario que garantiza la calidad, autenticidad e incluso origen lícito del bien o insumo que se está adquiriendo.

Así mismo, el intermediario “puro” puede consolidar su posición al interior de la cadena de intermediación, como un proveedor de servicios complementarios que para el productor primario le resultan más eficientes (menos costosos y seguros), que otras alternativas que lo conecten con fases de la cadena de intermediación más cercanas al productor primario o al consumidor final. Un ejemplo muy simple de ello, es el hecho de que grandes cadenas de supermercados, lejos de pretender eliminar a pequeños comerciantes como tenderos de barrio, les asisten como proveedores de productos, obviamente permitiéndoles un margen de ganancia, reconociendo en estos micro intermediarios una capacidad mayor de llegar al consumidor, de la que pudiera tener una tienda por departamentos, generalmente enfocada en consumidores de ingresos medios o medio altos.

La intermediación pues, aún aquella “pura”, exenta de valor agregado derivado de un proceso de transformación,

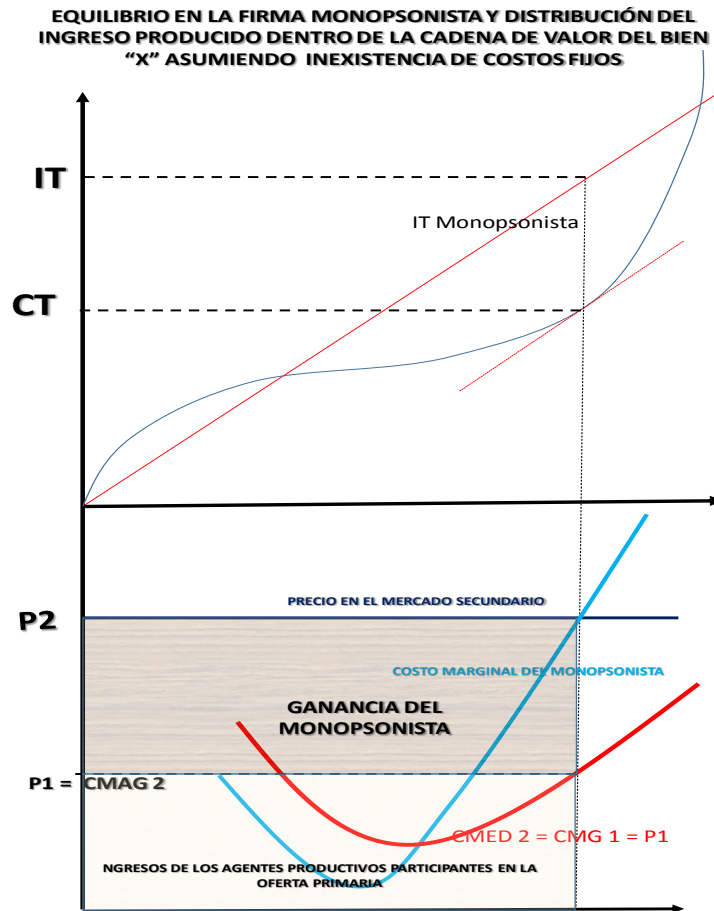
o de la prestación de servicios como la movilidad, almacenamiento, conservación y custodia de un bien, entre otros muchos servicios, no necesariamente puede ser considerada como inútil o parasitaria, cuando al oferente primario o al demandante secundario le significa un servicio que está dispuesto a tomar, en función del beneficio que le representa.

Finalmente, no es extraño que las situaciones de intermediación monopsonista más notables en economías productoras de bienes primarios, se dé precisamente en su comercio exterior; aunque el comercio de bienes destinados al mercado doméstico, no resulta extraño identificar estructuras de tipo monopsonista, dentro de los espacios de intermediación.

**La de inexistencia de costos fijos en el intermediario monopsonista: limitaciones del supuesto.**

Al considerar los costos fijos del intermediario monopsonista, no se alteran las condiciones costo medio ni de costo marginal en la instancia del oferente primario; por lo que tampoco variará la estructura de coste variable del intermediario monopsonista, atada como identidad del con el costo marginal del productor primario y de la cual dependerá directamente el costo marginal del intermediario monopsonista.

**Gráfico 11**

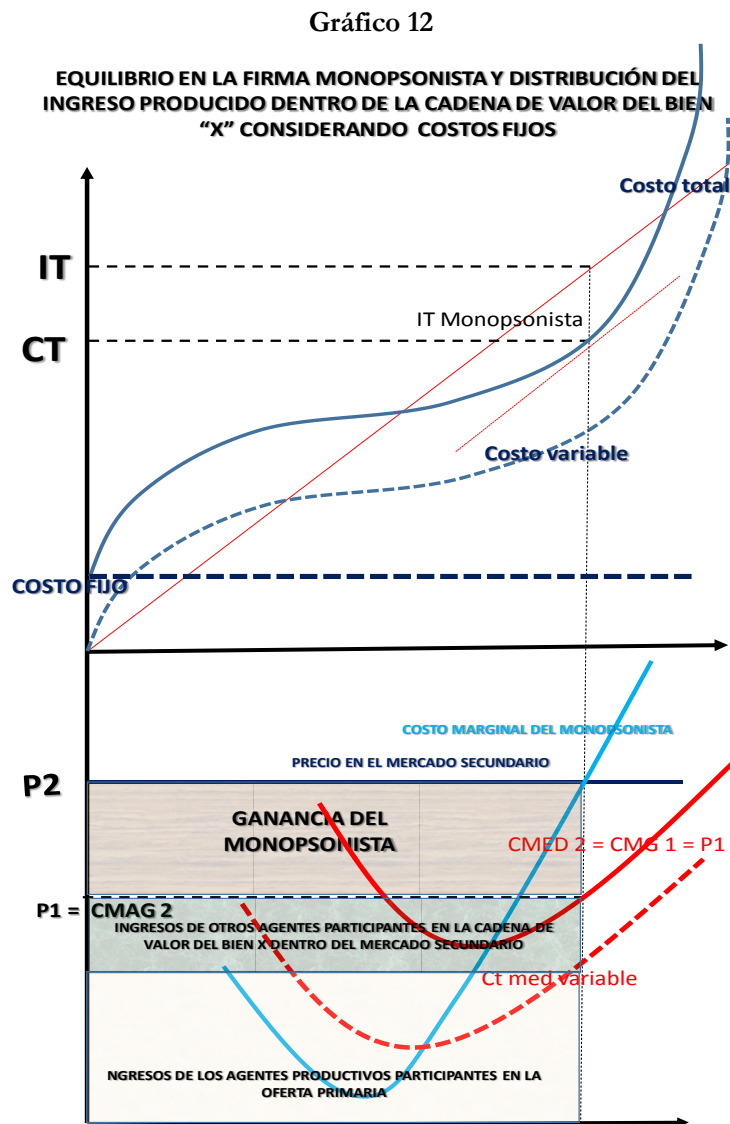


Si variará el coste medio total de la firma monopsonista y también su ganancia se verá afectada: De hecho, entre la franja de ganancia del intermediario monopsonista y la franja de ganancia del oferente primario observadas en los gráfico 11, aparece una nueva franja, representativa de la participación de otros

factores productivos diferentes al intermediario monopsonista, que actúan dentro de la cadena de valor del bien “X”, en la instancia del mercado secundario (gráfico 12).

Dicha franja de costo para el intermediario monopsonista, estará determinada en su cota superior, por la curva de costo medio del monopsonista; y en su cota inferior por la curva de costo marginal del oferente primario, misma que determina el precio de transacción entre el oferente primario y el intermediario monopsonista. En los gráficos 11 y 12, se ilustra lo dicho:

El costo fijo determina la “altura” de la curva de costo medio del monopsonista, sobre la curva de costo marginal cuya estructura no se afecta por la magnitud del costo fijo.



Al considerar dentro del modelo propuesto, la existencia de costos fijos, se produce un nuevo elemento a considerar en la distribución del ingreso que genera la cadena de valor del producto “X”:

- Sin considerar costos fijos, el costo medio del intermediario se identifica con la curva de costo medio variable. En contraste, al considerar la existencia de costos fijos, la curva de costo medio del

monopsonista se desplaza hacia arriba de la curva de costo medio variable.

- Entre las curvas de costo medio variable y costo medio total, se abre una franja representativa de aquellos costos del intermediario monopsonista, diferentes al costo variable, es decir, los costos en los cuales este debe incurrir para colocar en el mercado secundario, el producto “X”.  
Así pues, en perspectiva de la distribución del ingreso generado por la cadena de valor del bien en cuestión, la diferencia entre el precio P2 en el mercado secundario y el costo medio total del monopsonista, determina la ganancia unitaria de dicha Discusión empresa
- Por otro lado, la distancia entre el costo medio total y el costo medio variable del monopsonista, determina el valor agregado por unidad transada del bien “X”, correspondiente a los factores productivos y agentes de la producción contratados por el monopsonista, como participantes de la oferta dentro del mercado secundario.
- De igual manera, el costo marginal del productor primario representa por igual el costo medio variable del monopsonista, y el ingreso por unidad transada, asignado a todos los participantes de la oferta del bien “X” a nivel del mercado primario.
- La diferencia entre el costo marginal del productor primario y su costo medio, significará la ganancia por unidad transada de la firma oferente; en tanto que su costo medio, representará el valor por unidad transada en el mercado secundario, distribuido entre los factores productivos y otros agentes de la producción que participaron en el proceso de oferta primaria.

Al considerar los costos fijos que enfrenta el monopsonista dentro de la cadena de agregación de valor, es posible visualizar las razones reales, que impiden a los estatus más elementales de la cadena de agregación de valor, acceder directamente a la demanda final de los bienes que ellos ofrecen:

Desde capacidad de movilización de carga, de bodegaje y refrigeración, hasta la capacidad para concentrar volúmenes del producto lo suficientemente grandes como para hacer rentable una operación de comercio exterior; pasando por la capacidad financiera para hacer “lobby” donde este se requiera para facilitar las operaciones, son factores que determinan la necesidad de una o varias instituciones con capacidad para hacerlo, que participen dentro del proceso de agregación de valor, hasta llegar al consumidor final del producto.

En esencia, son precisamente los costos fijos que enfrenta al intermediario monopsonista, los que determinan la mayor barrera a la entrada de los productores o participantes en los estratos inferiores de la cadena de valor del bien “X”, para acceder a los niveles más elevados de dicha cadena, niveles más cercanos al consumidor final; aun cuando en muchos casos, como lo anotamos anteriormente, son también deficiencias en las propias estructuras de la oferta primaria, las que abren brechas para la participación de intermediarios con capacidad para brindar servicios y aplicar estrategias en las fases de comercialización de la cadena de valor, que los productores primarios no logran cubrir.

Cada eslabón entro de la cadena de intermediación, parece definir una estructura mínima, generadora de un determinado nivel de costo fijo; y así mismo, ello determina una estructura de costos con economías de escala, misma que de alguna manera van a limitar la participación de otros intermediarios dentro de cada nivel de intermediación.

Ello parece explicar la estructura cónica que va adquiriendo la cadena de intermediación, estrechándose conforme avanza hacia el extremo más cercano al consumidor final, extremo donde el poder de mercado del intermediario, le permite determinar precios para toda la cadena de intermediación, hasta el productor primario

en la base de la misma.

Así, en los niveles más bajos de la cadena productiva, el productor solo produce; acaso almacena y moviliza su producto en la medida en que tengamos medios para financiar la formación de un determinado stock; que el producto resista al ambiente y al paso de tiempo sin deteriorarse, o en la medida en que disponga infraestructura para hacerlo.

Muchos pequeños intermediarios se dedican a la compra y transporte de ciertos productos, lo que implica contar con medios de transporte adecuados, del tamaño que permita hacer rentable la actividad. Otros pueden transportar, pero no cuentan con capacidad de almacenamiento, por lo que requieren de otro intermediario dentro de su dominio geográfico, que pueda adquirir el producto a precios que resulten rentables.

Al almacenar y procesar de alguna manera un producto, no necesariamente implica tener capacidad para avanzar en la cadena hasta el demandante final, por lo que la cadena de intermediación se prolongará tanto cuanto complejo sea el escenario geográfico, técnico, económico y social de quienes suman valor dentro del proceso de intermediación.

¿Cómo se determina el precio en cada eslabón de la cadena de intermediación?

- Los precios a nivel de cada eslabón de la cadena de intermediación, se determinan de acuerdo a oferta y demanda, de acuerdo a la estructura que cada instancia de mercado tenga: mientras más se aproxime a condiciones de perfecta competitividad, menor incidencia tendrán los agentes oferentes y demandantes en determinar el precio.
- Dichos precios, sin embargo, tendrán un límite máximo determinado por el monopsonista como extremo final de la cadena de intermediación, dentro de lo que hemos determinado como el “mercado primario.” Dicho precio estará determinado a su vez por las condiciones del mercado secundario donde el monopsonista actúa como oferente:
- Si el monopsonista actúa además como monopolista en el mercado secundario, estará en capacidad para determinar los precios en ambos extremos de la cadena de agregación de valor.
- Si en el mercado secundario el monopsonista actúa como tomador de precios, los precios en el mercado doméstico de alguna manera seguirán a los precios del mercado secundario, marcando la diferencia los costos fijos del monopsonista y su ganancia.

Finalmente, la determinación de ese precio “base” que el monopsonista determina, sobre el cual se determinan todos los precios dentro de la cadena de intermediación hasta llegar a éste, implica no solo la cobertura de costos fijos del monopsonista. Implica además el riesgo de mercado que éste pueda enfrentar, riesgo materializado en la fluctuación que los precios puedan tener en el mercado secundario, máxime si el monopsonista opera como precio aceptante. Dicho riesgo generalmente considera un margen entre el precio de adquisición en el mercado primario y el precio de colocación en el mercado secundario, que cubra posibles fluctuaciones de precios.

Dicho margen generalmente coincide con el costo en la transacción de derivados con los cuales el intermediario monopsonista busca dar cobertura a tales riesgos.

## Conclusión

La formación de los precios en los mercados finales donde oferentes enfrentan a demandantes consumidores, de alguna manera refleja una estructura de variada complejidad de intermediación que separa al consumidor final del productor primario, estructura que permite explicar las diferencias evidentes que se observan entre los

precios que el consumidor paga, y el precio que muchos productores primarios reciben.

Estas diferencias resultan notoriamente amplias en muchos productos primarios que países como el Ecuador, ofrece en su comercio exterior, donde las cadenas de comercialización generalmente terminan en estructuras de demanda monopsonicas o de alto grado de concentración de poder de mercado; definiendo y determinando desde estos extremos, las condiciones esenciales de precio y cantidad a transarse, siempre en términos de una racionalidad financiera del intermediario al final de la cadena, definida por las condiciones de la demanda en el mercado final al cual el producto estará destinado.

Resulta evidente que buena parte del valor agregado que genera la cadena de producción y comercialización hacia el demandante final, queda en los estratos superiores de dicha cadena siempre en función con el grado de poder de mercado que tengan los intermediarios al final de la misma.

Sin embargo, de lo anterior, tal estructura de mercado parece sostenerse en razón a economías de escala que significa la infraestructura física, financiera y humana que requiere el competir en condiciones de eficiencia dentro de mercados donde el precio define la decisión de los demandantes.

No obstante lo dicho, es común encontrar en muchos de nuestros países, especialmente a nivel de los mercados domésticos, estructuras de intermediación estranguladas al final de la cadena, por monopsonios o estructuras de intermediación con alto poder de mercado, sostenidas exclusivamente en base a una institucionalidad deficiente o simplemente perversa, que impide una mayor racionalidad dentro de los procesos de agregación de valor, en beneficio tanto de los productores como de los consumidores, al final de la cadena de valor.

## Referencias

- Alfred Stonier y Douglas C. Hague. 1973 Manual de Teoría Económica.  
Castañeda Manuel, 1982 Lecciones de Teoría Económica.  
James Henderson y Richard Quandt, 1962. Teoría microeconómica. Una aproximación matemática.  
Joan Robinson. 1933 Teoría de la Competencia Imperfeta.

# CAPÍTULO VI

## PLANIFICACIÓN



# La planificación financiera en la pequeña industria manufacturera. ¿Conocimiento o disciplina?

Rubén Darío Mero Mero

Universidad laica Eloy Alfaro de Manabí

ruben.mero@uleam.edu.ec

## Resumen

Se presenta un panorama descriptivo de las prácticas de planificación financiera, en un grupo de empresas manufactureras perteneciente a la pequeña industria de la ciudad de Manta - Ecuador. La metodología empleada se basa en el uso de la encuesta, que abordan tres aspectos claves de este tipo de planeación: La inversión, el financiamiento y las políticas de dividendos. De acuerdo a los resultados obtenidos, la planificación financiera que realizan las organizaciones productoras en la pequeña industria muchas veces quedan solo en intenciones y no se estructuran, dado que el empresario no dedica tiempo a realizarlo, en la gran mayoría por no conocer cómo elaborar los estados financieros proyectados y sus presupuestos dándole así poca importancia a los aspectos financieros y los que realizan la planificación financiera lo hacen de una manera incipiente, no logran obtener resultados óptimos debido a que no le dan la relevancia para ejecutarlo de una manera formal y detallada. Los propietarios de estas empresas en su gran mayoría desconocen de esta herramienta financiera y su aplicación. En los casos donde se utilizan no usan la disciplina para obtener resultados efectivos.

**Palabras Clave:** plan estratégico, plan financiero, inversión, financiamiento, políticas de dividendos.

## Abstract

A descriptive overview of financial planning practices is presented in a group of manufacturing companies belonging to the small industry in the city of Manta Ecuador. The methodology used is based on the use of the survey that addresses three key aspects of this type of planning: Investment, financing and dividend policies. In agreement with the results obtained, the financial planning that the producing organizations in the small industry make are often only intentions and are not structured, since the entrepreneur does not spend time to realize it, in the great majority for not knowing how to elaborate the Projected financial statements and their budgets giving little importance to the financial aspects and those who carry out the financial planning do it in an incipient way, fail to obtain optimal results because they do not give the relevance to execute it in a formal and detailed manner. The owners of these companies for the most part are unaware of this financial tool and its application. In most cases where they are used they do not use discipline to get effective results.

**Keywords:** Strategic plan, financial plan, investment, financing, dividend policies.

## Introducción

Desde inicio de la década de los setenta en la ciudad de Manta – Ecuador, se comienza a dinamizar la economía con la creación del puerto de aguas profundas dando inicio a la apertura a la creación de un sinnúmero de empresas, entre ellas las que se agrupan en la pequeña industria manufacturera en la ciudad puerto. Para la legislación ecuatoriana y para el registro y preparación de estados financieros, la Superintendencia de Compañías califica como PYMES a las personas jurídicas que cumplan las siguientes condiciones; a) Activos totales inferiores a cuatro millones de dólares; b) Registren un valor bruto de ventas anuales inferior a cinco millones de dólares; y, c) Tengan menos de 200 trabajadores (personal ocupado). Para este cálculo se tomará el promedio anual ponderado. (Superintendencia de Compañía del Ecuador, 2011). La Micro, Pequeña y Mediana Empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de



producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. (Ministerio Coordinador de la Producción, 2014).

Clasificación de las MIPYMES Para la definición de los programas de fomento y desarrollo empresarial a favor de los micros, pequeñas y medianas empresas, estas se considerarán de acuerdo a las categorías siguientes:

- Micro empresa: Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.
- Pequeña empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno (US \$ 100.001,00) y un millón (US \$ 1'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.
- Mediana empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno (USD 1'000.001,00) y cinco millones (USD 5'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América. Calificación de Artesanos como MIPYMES. Para efectos del presente Reglamento los artesanos serán considerados como micro, pequeñas o medianas empresas, considerando su tamaño, tomando en cuenta el nivel de ventas anuales y el número de empleados, conforme lo establecido. (Ministerio Coordinador de la Producción, 2014).

La presente investigación surgió como un diagnóstico a las necesidades que tienen las PYMES en cuanto al área financiera, establecer, ¿En qué medida conocen y se aplican la planificación financiera en esta pequeña industria?, con ello poder obtener datos más certeros que sirvan de base para la construcción de estados financieros efectivos para sus correspondientes análisis. De lo anterior se desprenderían una breve evaluación al desempeño actual en caso de haber caído en tendencias negativas y con esta revisión aumentar las posibilidades de desarrollo a través de la optimización empresarial.

Dentro de la pequeña industria se escogió el sector de alimentos con pequeñas empresas dedicadas a la producción de agua purificada embotellada, estas, en los últimos años han mostrado un dinamismo de crecimiento acelerado y por disposiciones de los organismos de control, deben optimizar y demostrar que sus procesos de producción funcionan en torno a la calidad. Todos los cambios de mejoras que hagan estas empresas para cumplir con las regulaciones vigentes, también están vinculadas estrechamente con las decisiones financieras.

Es innegable que la globalización e integración de las economías en el ámbito mundial ha generado un escenario de alta competitividad y de cambiantes condiciones de mercado para todas empresas, mismas que en la búsqueda del logro de sus objetivos, siguiendo su misión, y proyectándose hacia el futuro con la visión, establecen estrategias dentro de toda la cadena de valor, que les permitan sobrevivir, crecer y generar beneficios que dinamizaran la economía. Hoy en día, se necesitan tomarse buenas decisiones para responder a los retos de este complejo, global y cambiante mundo de los negocios y solo con un estudio adecuado del entorno de la competencia, tecnología, regulación, las condiciones del mercado financiero y de las propias competencias y recursos, pueden tenerse garantías de supervivencias, crecimiento y rentabilidad. (Narváez Licerias, 2017).

En la economía de Manabí y en Manta específicamente, el sector empresarial dedicado a la producción de agua purificada embotellada ha crecido de forma vertiginosa en los últimos años a consecuencia de la escasa calidad del agua potable que llega a los hogares por la red pública. Por tal razón se escogió como referencia este sector

de entre las PYMES para el diagnóstico de la planificación financiera de las empresas para alcanzar la efectividad del ciclo operativo de la empresa.

## **Metodología**

### **Tipo y diseño de la investigación**

De acuerdo con (Hernández Sampieri R. , l. 2007. 336 p.) El tipo de la investigación será:

- No experimental, porque no se manipularán las variables en un laboratorio, sino que se recolectará la información directamente de la realidad estudiada, para proceder luego al análisis e interpretación.
- Longitudinal, porque la investigación se efectuará en el periodo 2016;c) Así mismo, el Nivel de la investigación será descriptiva.

### **Unidad de análisis**

La unidad de análisis es el lugar o las personas donde se recogerán los valores de las variables e indicadores correspondientes. En este caso, nuestra Unidad de Análisis serán las empresas que elaboran productos alimenticios, específicamente embotelladoras de agua purificada en el Cantón Manta. Se debe precisar que la muestra a utilizar se escogerá por el Método Empírico o Regulado, que está basado en la experiencia del Investigador y es muy usado cuando el tipo de investigación es No Experimental. La condición que justifica el empleo del Método Empírico para escoger una Muestra en una Investigación no Experimental es que el tamaño de dicha muestra debe ser tal que asegure que los resultados de las estimaciones tengan igual o mayor Nivel de Confianza Estadística (NCE) de 95%.

### **Selección de la muestra**

El Método Empírico para escoger una muestra, está basado en la experiencia del investigador, se escogieron 17 empresas dedicadas al embotellamiento de agua purificadas en la ciudad de Manta.

### **Técnicas de recolección de datos**

La investigación será de naturaleza cuantitativa, se realizó un cuestionario para obtener las series estadísticas de cada una de las variables, necesarias para hacer la prueba de hipótesis de investigación. Adicionalmente la información cuantitativa se obtendrá de fuentes secundarias, es decir, instituciones oficiales que producen estadísticas, tales como el Ministerio de Industria y el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) y otras entidades serias y de reconocida solvencia técnica.

## **Resultados**

En el desarrollo de esta investigación se estableció como sustento teórico lo siguiente:

Es común que los estudios sobre pequeñas y medianas empresas, se han dirigido en el análisis deflatores externos, tales como acceso a financiamiento, políticas encaminadas a su desarrollo, por señalar algunos; sin embargo, se ha dejado de lado aspectos concernientes a su funcionamiento interno. En este sentido, el área financiera -específicamente la planeación financiera- ha cobrado importancia dado su papel en el desempeño de éstas. Sin embargo, no debe dejarse de lado el entorno en el que operan las empresas de menor tamaño. (López Mateo, 2010).

La planificación financiera no intenta minimizar riesgos. Es un proceso de decidir qué riesgos tomar y cuáles son innecesarios o no merece la pena asumir. Es ordenar los recursos para que el futuro sea favorable, para lo cual, se deben controlar los acontecimientos que sean manejables y adaptarlos que no lo sean. De manera general

la planificación financiera a corto plazo es aquella parte de la planificación general que presta una atención especial al aspecto financiero de la empresa, aunque no olvida los aspectos no financieros de la misma.

El producto tangible del proceso de planeación es un plan financiero que describe la estrategia financiera de la empresa y proyecta sus futuras consecuencias mediante balances, cuentas de resultados y estados de fuentes y empleos de fondos de carácter provisional.

Es un proceso que implica la proyección de las ventas, el ingreso y los activos, tomando como base estrategias alternativas de producción y mercadotecnia, así como la determinación de los recursos que se necesitan para lograr alcanzar estas proyecciones. Significa analizar los flujos financieros de una compañía, hacer proyecciones de las diversas decisiones de inversión, financiamiento y dividendos, y sopesar los efectos de las varias alternativas. La idea es determinar dónde ha estado la empresa, dónde se encuentra ahora y hacia dónde va.

La planeación financiera a corto plazo empieza con el pronóstico de las ventas, a partir del cual se desarrollan los planes de producción que toman en cuenta las materias primas requeridas, requerimientos de mano de obra directa y gastos operativos. Una vez hechas estas estimaciones se pueden preparar el Estado de Resultado Pro forma y el presupuesto de Efectivo de la empresa que junto con el plan de desembolsos por activos fijos, el plan de financiamiento a largo plazo y el Balance General del período actual, sirven para conformar finalmente el Balance General Pro forma. Las empresas se valen por lo general de una combinación de datos de predicción externos e internos al elaborar la predicción de ventas final. La información interna proporciona perspectivas para esperar un nivel determinado de ventas, en tanto que la información externa sirve para incorporar los factores económicos generales al conjunto de ventas esperadas. Los datos internos dan idea de las expectativas de ventas, en tanto que los datos externos ofrecen la manera de ajustar estas expectativas teniendo en cuenta los factores económicos generales.

La clave de la exactitud de la mayoría de los presupuestos de efectivo es el pronóstico de ventas. Este pronóstico se puede basar en un análisis interno, uno externo o en ambos. Con un enfoque interno, se pide a los representantes de ventas que proyecten las ventas para el periodo por venir. Los gerentes de ventas de productos revisan estas estimaciones y las consolidan en estimaciones de ventas por líneas de productos. Las estimaciones para las diferentes líneas de productos se combinan después en una estimación global de ventas para la empresa. El problema básico con un enfoque interno es que tal vez tenga una perspectiva muy reducida. Con frecuencia se pasan por alto las tendencias significativas en la economía y en la industria. Por esta razón, muchas compañías usan también un análisis externo. Con un enfoque externo, los analistas económicos elaboran pronósticos de la economía y de las ventas de la industria para varios años en el futuro. Utilizan un análisis de regresión para estimar la asociación entre las ventas de la industria y la economía general. Después de estas predicciones básicas de las condiciones del negocio y las ventas de la industria, el siguiente paso es estimar la participación de mercado de los productos individuales, los precios que es probable que prevalezcan y la recepción esperada de nuevos productos. Estas estimaciones suelen hacerse en conjunto con los gerentes de marketing, aun cuando la responsabilidad última debe recaer en el departamento de pronósticos económicos. Con esta información es posible elaborar un pronóstico externo de ventas. (Van Horne C., 2010).

El concepto de planificación se ha utilizado en la práctica desde muchos puntos de vista, entendiendo a veces que planificar no es más que hacer planes para futuro de la empresa, es decir hacer previsiones sobre lo que podría ocurrir. En realidad, la simple proyección de los datos ha sido utilizada como planificación durante mucho tiempo, ya sea que los valores de las variables evolucionaban lentamente. Sin embargo, en las últimas décadas los continuos cambios de todos los elementos del entorno empresarial han llevado hacia un concepto de

planificación basado no tanto en la provisión del futuro sino en la decisión anticipada de la acción, no en proyectar lo que será, sino en programar lo que se va hacer. Bajo esta óptica se debe pensar que la planificación debe tener lugar en la empresa como un proceso, y no como una acción aislada en un momento determinado. Esto es que el proceso de planificación conste de una secuencia de fases que se inicial con el posicionamiento de la empresa y tiende a la definición de la estrategia del negocio y de los programas de acción. (Cibrán Ferraz, Prado Román, Crespo Cibrán, & Huerte Galbán, 2013).

### **Concepto de planeación financiera**

La planeación financiera busca dar respuesta a dos cuestiones básicas que se hace la empresa en su actividad cotidiana, ¿cómo obtener y en qué aplicar los recursos necesarios para su funcionamiento interno?

El término planeación financiera ha presentado cambios desde la década de los sesenta, época en la que se comenzó a plantear su importancia para el adecuado funcionamiento de las empresas. En este sentido, se ha conceptualizado como un modelo de simulación de variables financieras empresariales, hasta llegar a ser un plan cuyo contenido es estratégico para la operación de las organizaciones, tal como la define (Rodríguez Puente, 2005) “[...] es un proceso de translación a términos financieros, de los planes estratégicos y operativos del negocio a un horizonte de tiempo determinado que sirve para tomar decisiones tanto estratégicas como financieras propia mente dichas”.

### **Elementos centrales de la planeación financiera**

La estrategia de una empresa se visualiza a través del proceso de planeación financiera por medio de tres decisiones financieras fundamentales: inversiones, estructura de capital y política de dividendos (Rodríguez Puente, 2005), los cuales se describen a continuación.

#### **Inversiones**

Las empresas realizan dos tipos de inversiones (Ochoa Setzer , 2012) aquellas necesarias para la adquisición de maquinaria, equipo de reparto, edificios, inventarios, por mencionar algunos, las cuales deben existir para la operación de la organización; inversiones temporales de sus recursos excedentes, que generarán beneficios en el futuro y que posteriormente serán convertidas en efectivo para financiar nuevos proyectos.

#### **Estructura de capital**

En lo que se refiere a la estructura de capital de una empresa, esta decisión es un proceso interactivo en el que se determinan simultáneamente las necesidades de recursos, las fuentes mediante las cuales se van a financiar dichos requerimientos –internas o externas–, así como las condiciones en las que se dispondrá de estos recursos –costo de capital esperado– (Aybar Arias, Casino Martínez, & López Gracia, 2003).

#### **Política de dividendos**

La política de dividendos es una parte integral de la decisión de financiamiento de la empresa. La razón de pago de dividendos determina la cantidad de las utilidades que se pueden retener en empresa como fuente de financiamiento. Sin embargo, retener una cantidad grande de utilidades actuales significa que se tendrá menos dinero disponible para el pago de dividendos. Por eso, un aspecto importante de la política de dividendos de la empresa es determinar la asignación adecuada de las ganancias entre el pago de dividendos y las adiciones a las utilidades retenidas de la empresa. Pero también son importantes otros aspectos referentes a la política global de dividendos: aspectos legales, de liquidez y de control; la estabilidad de los dividendos; los dividendos de las acciones y los fraccionamientos; la recompra de acciones y las consideraciones administrativas. Los dividendos

como pasivo residual.

Nos centraremos primero en una pregunta dividida en dos partes. ¿Puede el pago de dividendos en efectivo afectar el valor de los accionistas y, si es así, qué razón de pago de dividendos maximizará la riqueza de los accionistas? Al igual que hicimos al estudiar los efectos del apalancamiento financiero, supondremos que el riesgo de negocios se mantiene constante. Para evaluar la pregunta de si la razón de pago de dividendos afecta la fortuna de los accionistas, es necesario examinar primero la política de dividendos de la empresa sólo como una decisión de financiamiento que incluye la retención de utilidades.

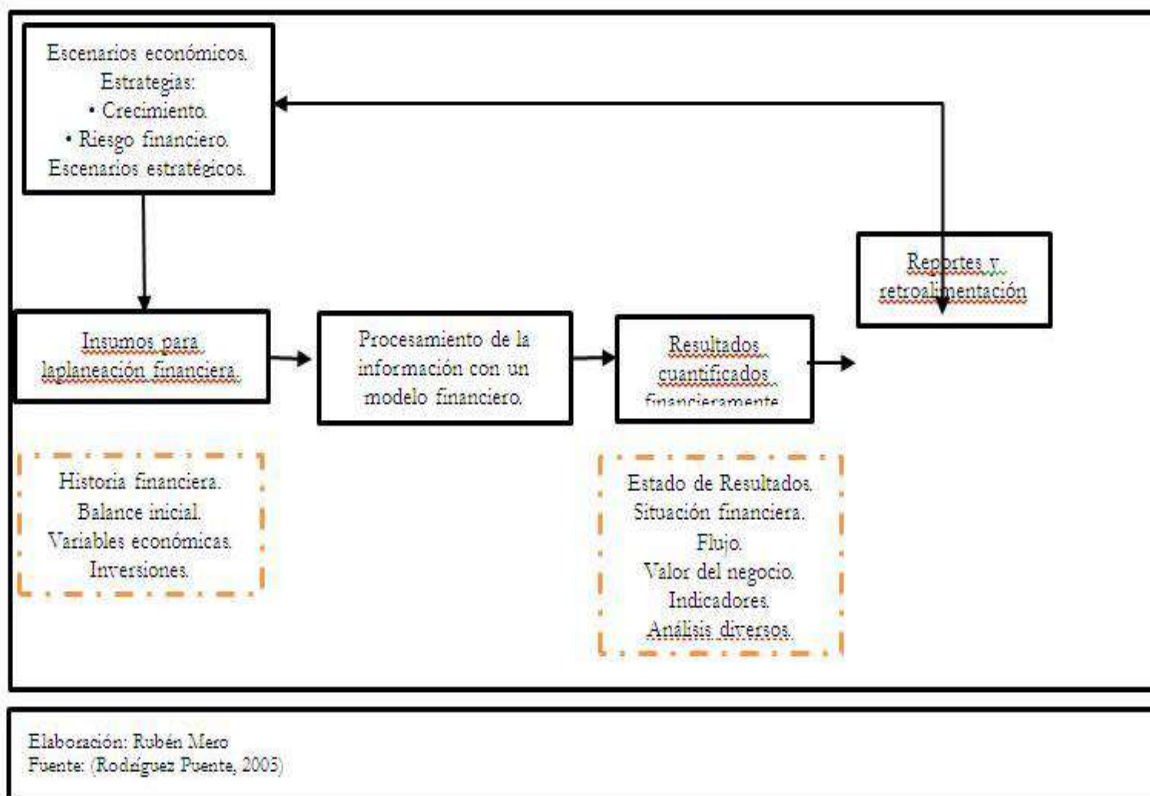
Cada periodo, la empresa debe decidir si retiene sus ganancias o si distribuye parte de éstas o todas entre los accionistas como dividendos en efectivo. (Por ahora, dejamos al margen la recompra de acciones). Siempre que la compañía esté frente a proyectos de inversión con rendimientos que excedan los requeridos (es decir, proyectos con VPN positivo), la empresa usará las utilidades, además de la cantidad en valores principales que apoyará el aumento en la cantidad base del capital accionario, para financiar estos proyectos. Si la empresa tiene ganancias restantes después de financiar todas las oportunidades de inversión aceptables, las distribuirá entre los accionistas en la forma de dividendos en efectivo. De no ser así, no habrá dividendos. Si el número de oportunidades de inversión aceptables implica una cantidad monetaria total que excede la cantidad retenida de utilidades más los valores principales que estas ganancias retenidas apoyan, la empresa financiará las necesidades no cubiertas con una combinación de una nueva emisión de acciones y los valores principales. Cuando tratamos la política de dividendos de modo tan estricto como una decisión de financiamiento, el pago de dividendos en efectivo es un pasivo residual. El porcentaje de ganancias pagadas como dividendos fluctuará de un periodo a otro para seguir las fluctuaciones en la cantidad de oportunidades de inversión aceptables disponibles para la empresa. Si estas oportunidades abundan, es probable que el porcentaje de ganancias pagadas sea cero. Por otro lado, si la empresa no puede encontrar oportunidades de inversión redituables, los dividendos pagados serán el 100% de las ganancias. (Van Horne C., 2010)

### **Proceso de planeación financiera**

La mayoría de las decisiones tienen periodos prolongados de ejecución, lo cual significa que se requiere tiempo para llevarlas a cabo. En un mundo con incertidumbre, será quere que las decisiones se tomen con bastante anticipación a su implementación (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2010). Aquí surgen los distintos horizontes temporales empleados en la planeación financiera: para el corto plazo se considera un año, mientras que el mediano y largo plazo abarcan lapsos mayores a un año. El proceso de planeación financiera se orienta fundamentalmente al largo plazo, dado que su contenido estratégico es preponderante. En este sentido, existen diversos elementos que deben ser tomados en cuenta dentro del mismo (Rodríguez Puente, 2005): comprensión de la estrategia empresarial, consideración de las variables principales del entorno económico futuro, y la información financiera histórica.

La planeación financiera toma como herramientas auxiliares, tanto la información interna como externa a la empresa, partiendo de la base de una estrategia determinada derivada de una decisión tomada en respuesta a los cambios en el entorno en el que se desenvuelve la organización. Asimismo, es un mecanismo secuencial y dinámico en el que la retroalimentación juega un papel muy importante (ver figura 1).

**Figura 14:** Proceso Simplificado de Planeación Financiera



### El conocimiento y organizaciones

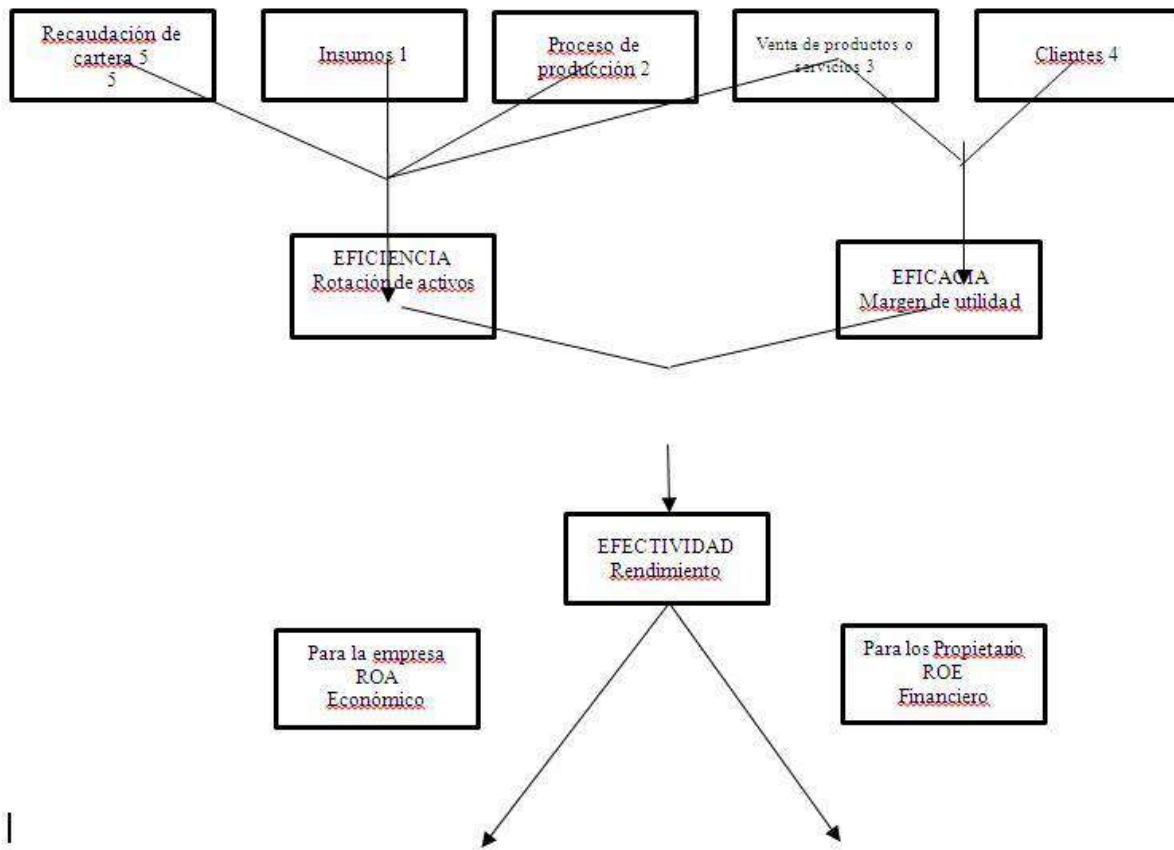
Para gestionar los activos del conocimiento es bueno tener una idea suficientemente clara sobre este concepto. Platón decía que el conocimiento puede definirse como “una creencia cierta justificada”; en otras palabras, para decir que poseemos un conocimiento debemos albergar una creencia; esta creencia debe ser objetivamente verdadera y su veracidad se debe sustentar en hechos suficientemente sólidos. Los que laboramos en las organizaciones debemos saber concienzudamente qué entendemos por conocimiento. Existen varios conceptos o definiciones de conocimiento, así por ejemplo.

El académico (Canals, 2003) considera que: “Conocimiento es el conjunto de expectativas que tiene un agente, la distribución de probabilidades que él asigna a los posibles sucesos.

### Análisis y diagnóstico financiero

El análisis financiero es un conjunto de principios, procedimientos y técnicas que permiten que las transacciones comerciales, económicas y financieras que realiza una empresa y que se encuentran plasmadas en la contabilidad, y en su planificación, como información financiera, y que sirva de base a la gerencia para tomar decisiones oportunas y eficientes en un momento determinado. Por diagnóstico financiero puede entenderse el estudio cualitativo que se hace de la información que proporciona la contabilidad y la planificación a través del análisis financiero y de toda la demás información disponible, para tratar de determinar la situación financiera de la empresa o de un sector específico de ésta. (Fernández & Emandez, 1986).

**Tabla 11.** Eficiencia, eficacia y efectividad del ciclo operativo de la empresa



**Elaboración:** Rubén Mero Mero

**Fuente:** (Cibrán Ferraz, Prado Román, Crespo Cibrán, & Huerte Galbán, 2013)

El agua embotellada se percibe como más segura y de mejor calidad. A menudo los consumidores buscan la seguridad perdida por los escándalos relacionados con los alimentos en los países industrializados. El consumo de agua embotellada ha ido creciendo a un ritmo constante en todo el mundo en los últimos 30 años. Es el sector más dinámico de toda la industria de la alimentación y la bebida: “El consumo mundial aumenta una media del 12% anual” a pesar de su precio excesivamente alto comparado con el agua de la red pública.

La industria del agua embotellada como subsector de la industria de las bebidas, empezó en los Estados Unidos y Europa en los años noventa, influenciada por una nueva moda Light, convirtiéndose en la industria de mayor crecimiento de bebidas embotelladas. Solo en los Estados Unidos, el país que mayor consume, se demanda cada vez más agua embotellada. Según la Beverage Marketing Corporation, “el consumo aumentó 9,7% en 2007 para alcanzar casi 12.000 millones de dólares anuales”. “Las cifras del negocio del agua hablan por sí solas, en la década de 1970, el volumen anual de agua embotellada, que se comercializa en todo el mundo bordea los 1.000 millones de litros. En la siguiente década se dobla el consumo, sin embargo, es a partir de 1990 cuando el crecimiento ya es exponencial. En el año 2000, las ventas anuales ascienden a más de 84.000 millones de dólares. En el año 2001, los norteamericanos se gastaron 6.880 millones de dólares y en el año 2006 llegó a 10.980 millones de dólares, con un consumo de 25.800 millones de litros. Esto supone un crecimiento anual superior al 9%, según los datos aportados por Beverage Marketing Corporation y la Internacional Bottled Water Association. La marca Dassain, compañía perteneciente al grupo Coca Cola, registra en el segundo trimestre del año 2006 unos beneficios de 1.840 millones de dólares, un 6,6% más que en el mismo periodo del año

anterior.” (Noblejas, 2012).

La moda del agua embotellada es también muy importante en Europa, tal es así que en Alemania se consume 10.300 millones de litros, en Francia 8.500 millones y en España 5.500 millones. Los italianos tenían una media de consumo, en el año 2006, de 183,6 litros por persona/año y los españoles de 136,7 litros por persona/año.

“Las ventas de agua embotellada a nivel mundial superan los 400.000 millones de dólares al año. Las personas admiten tomar agua embotellada porque la consideran de mejor calidad. Los países que más agua embotellada consumen son: Estados Unidos, Italia, Emiratos Árabes Unidos, México, Francia, China, Brasil, Alemania, Indonesia, España e India” (Yakumuseoagua, 2008). “Más de la mitad (59%) del agua embotellada que se bebe en el mundo es agua purificada, el 41% restante es agua mineral o de manantial”. (Wateryear, 2007).

La industria del agua embotellada relativamente en Ecuador es nueva, influenciada por el mercado estadounidense y europeo, en el país se empieza a comercializar este producto desde 1998 a mayor escala, y desde ese año se ha ido incrementando considerablemente. De acuerdo a un artículo publicado por Diario El Universo, el que refiere a un estudio realizado por Pulso Ecuador en Agosto del 2005, en Ecuador el gasto mensual en bebidas no alcohólicas supera los 17,26 millones mensuales, estimándose que quienes más las adquieren son las personas con un nivel de ingreso alto US\$ 7,54 millones, seguidos por quienes tienen un ingreso medio US\$ 5,11 millones y los de menos ingresos US\$ 4,61 millones. Para la zona de estudio en esta misma investigación determinó que el consumo para Manta y Portoviejo, zona de análisis fue de US\$ 610.300,00.

### **Importancia del Problema**

En el aspecto macro, no se puede desconocer lo que dice la ciencia, que la planificación financiera debe ser coherente con la misión y visión de las empresas (planificación estratégica) y muchas veces esto es lo que no se observa en nuestra realidad social y económica. ¿Quiénes somos? ¿Por qué existimos? y ¿Hacia dónde vamos?, son preguntas fundamentales que los gerentes necesitan hacerse para asegurar de que las empresas mantengan los esfuerzos debidamente enfocados. Pero ¿Que es planeación?, ¿Por qué se tiene que planificar?, si sin hacerlo se ha logrado todo lo que se ganado hasta ahora, esto dice un empresario exitoso. Hablar de planificación es hablar de “decidir hoy lo que se hará en el futuro”; nada garantiza que los éxitos pasados se repitan si no se incorpora el análisis y la intuición en la gestión. Por lo anterior descrito se hace importante conocer la importancia de que exista el plan estratégico en la empresa, se hace referencia al plan maestro en el que la dirección recoge las decisiones estratégicas que ha adoptado “hoy”, en referencia a lo que hará en los próximos cinco años, para lograr una empresa competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de interés (stakeholders). La planeación estratégica es un proceso complejo que lleva a una empresa hacia un territorio no explorado con una clara visión de lo que se quiere lograr y cómo hacerlo.

Es a través de esta planificación estratégica en donde están inmerso la planificación de las operaciones, el plan de marketing, el plan del recurso humano y la planificación financiera, es en esta última donde se recolecta todas las actividades y se convierte en lenguaje económico, lo que da, la verdadera relevancia. Toda empresa o negocio existe si obtiene beneficios. Sin beneficios la empresa pierde su capacidad de crecer y desarrollarse. Como organización debe competir con otras que realizan idénticos productos o servicios. Una empresa que no obtenga beneficios, a pesar de la buena voluntad de sus gestores, tiene que gestionar sus recursos, tanto disponibles como obtenibles para alcanzar aquellos. En un entorno donde dichos recursos escasean, el empresario debe aplicar fórmulas para persuadir y motivar continuamente a los inversores o fuentes de capital, para que apoyen su proyecto empresarial. (Rubio Domínguez, 2008, pág. 7)



Las pequeñas y medianas empresas deben considerar en su gestión los conceptos, prácticas administrativas y financieras, si se tiene en cuenta que deben enfrentarse al delicado proceso de insertarse en los mercados mundiales. Esta decisión representa oportunidades de crecimiento y consolidación, pero también impactos de un entorno global más turbulento, compromiso mayor de inversiones significativas y riesgos más grandes. Por tal consideración, se requiere de una gestión más compleja y mayores exigencias en el nivel de profesionalismo de quienes tienen a su cargo la dirección financiera. Desde la racionalidad económica, los empresarios se plantean los objetivos de permanencia en el mercado, generación de utilidades y crecimiento, para lo cual ejercen las funciones que caracterizan el proceso de administrar: planear, organizar, dirigir y controlar (Bueno Campos, Cruz Roche, & Durán Herrera, 2007).

El problema de la investigación que se lleva a cabo es que, gran cantidad de empresas presentan problemas en cuestión financiera y esto, puede ser por la no utilización de técnicas financieras, su respectiva planificación no eficiente y el no tener un manejo adecuado en la gestión, contribuyen a que muchas de ellas cierren al poco tiempo de iniciadas. Por ello es importante llevar a cabo una investigación que ayude a identificar el impacto de la planificación financiera en la gestión específicamente en las pequeñas industrias manufactureras. Con la información antes presentada y una vez descrito el problema de la investigación el cual se puede definir como que las pequeñas industrias manufactureras no planifican correctamente su gestión financiera que podría ser por desconocimiento en el tema con respecto al área financiera, por ello se procede a plantear una serie de preguntas que se deben responder a lo largo de la investigación. Con la breve revisión de antecedentes, lo que busca la presente investigación es identificar las herramientas de gestiones financieras que sean necesarias o que faciliten el manejo financieros en la pequeña industria manufacturera, identificando los obstáculos y sobre todo las oportunidades que podrían dar mayor dinamismo a la economía de la empresa. El diagnóstico del entorno a la planificación financiera en las pequeñas industrias manufactureras es fundamental para comprender el estado de esta importante técnica, así como la experiencia regional e interregional, a fin de identificar y emular aquellas experiencias positivas, de esta manera explotar las oportunidades actuales y futuras para el sector. (MIPRO, 2012)

Se realizó una encuesta para conocer la utilización de la planificación financiera a los propietarios de las diferentes plantas de embotellamiento de agua purificada en la ciudad de Manta con el fin de contar con información que permita identificar la aplicación de esta herramienta en sus empresas.

### **Resultados de la encuesta**

Los resultados obtenidos son producto de la encuesta realizada a 17 empresas dedicadas a la producción y comercialización de agua purificada embotellada en la ciudad de Manta.

Pregunta 1. La persona que administra los registros financieros es:

Opciones: Propietario, Contador, Financiero, Otros.

En el 59% de los casos es el mismo propietario el que administra la información financiera, al tratarse de empresas PYMES la estructura organizacional es corta. El 41% de las empresas se valen del contador para la administración de la información financiera.

Pregunta 2. ¿Cómo propietario conoce usted la planificación financiera?

Opciones Si, No.

El resultado obtenido demuestra que el 85% de los propietarios de las empresas no conocen la planificación

financiera.

Pregunta 3. ¿Conoce usted como propietario que es su empresa existe y se ejecuta la planificación estratégica en búsqueda de alcanzar los objetivos de manera disciplinada?

Opciones Si, No.

El resultado obtenido demuestra que el 95% de los propietarios de las empresas no utiliza esta herramienta.

Pregunta 4. ¿La empresa cuenta con una herramienta informática para realizar la planificación financiera?

Opciones Si, No.

El resultado obtenido demuestra que el 95% de las empresas no cuenta con un sistema informático que les permite realizar esta planificación.

Pregunta 5. ¿Ha tenido dificultades por falta de financiamiento?

Opciones: Si, No.

El 65% de los encuestados respondió afirmativamente y este dato tiene relación con la pregunta 3, puesto que coincide que los que no se valen de herramientas para Planificación financiero, son los que no han planificado financiamiento para evitar problemas financieros. El 35 % de las empresas que son las que tienen sistemas de planificación, no han tenido inconvenientes en cuanto al nivel de endeudamiento.

Pregunta 6. ¿Cómo representante de la empresa conoce cuanto y en qué invertirá sus ganancias en los próximos años?

Un 29% tienen conocimiento al cierre del ejercicio la ganancia real en relación a las ventas, mientras que 12 empresas el 71% las cuales no tienen el conocimiento de su plan de inversiones.

Pregunta 7. ¿De las utilidades generadas por la empresa cuanto queda para la empresa con visión a futuro?

En el 29 % de los casos, retienen menos del 30% de las utilidades. Así mismo el 71% no conocen o no aplican.

Pregunta 8. ¿Cuál de estos grupos de información financiera es prioritaria para usted?

Opciones: Liquidez, Endeudamiento, Rentabilidad, Ninguno

El 76% de las respuestas se inclinaron ante la opción de ninguno, pero desconocían de qué se trataba estos temas.

## Discusión

Este tipo de empresas, que surgieron en su mayoría en el transcurso de las dos últimas décadas, tienen la mayor parte de sus registros de operaciones comerciales, tributarias, estadísticas de producción, registradas en medios magnéticos pero con muy poca confiabilidad y utilidad para los usuarios ya que la misma esta guardada de forma desordenada y sin clasificar para poder obtener los informes financieros útiles para la planificación.

Lo observado en el ámbito de los casos estudiados es la ausencia generalizada de una planeación estratégica formal y continua en la gestión empresarial. Lo anterior significa que las empresas se concentran en la operación del día a día o a lo sumo se tiene en cuenta un horizonte de corto plazo, generalmente de un año, donde la base fundamental de planeación son los presupuestos de ingresos y egresos. Se debe precisar sin embargo que algunas de las empresas trabajan solamente con un presupuesto de caja incompleto. Aunque las empresas han formulado su visión y misión en los casos en los que se han observado esfuerzos por mostrar evidencias de planeación formal (escritos), parece que estos se limitan a formulaciones escritas que no se hacen explícitas en términos de

objetivos estratégicos y funcionales con su correspondiente plan operativo.

Se observa en general un descuido relativo al análisis de la información contable y en algunos casos se detectan fallas en la elaboración de los estados financieros, situación que impide realizar un estudio serio y confiable de la situación financiera de las empresas, tanto para su propio análisis, como para el que desarrollan los terceros que tienen acceso a ella. En cuanto a la función de inversión se nota que hay una estrecha relación entre ésta y la dinámica de pedidos de la empresa, corroborando el hecho de asumir el crecimiento en ventas como un indicador de progreso. En la mayoría de empresas analizadas se ha percibido que este crecimiento siempre se ha realizado a costa de la rentabilidad en el largo plazo.

En cuanto a la función de financiación se observa que no existen estudios que soporten el endeudamiento y la ampliación de capital pagado. Estos son solo la consecuencia de la necesidad de invertir y a su vez la necesidad de invertir es la consecuencia del crecimiento en ventas.

### **Conclusión**

Las empresas de agua embotellada al igual que la mayoría de las PYMES se encuentran en problemas de subsistencia, estando en el limbo estadísticamente hablando en cuanto a su existencia ya que son susceptibles de sufrir pérdidas elevadas o potenciales recursos inadecuadamente aprovechados.

Una vez realizado el estudio de campo en las empresas embotelladoras de agua, se concluye en que estas manejan sus recursos de manera poco técnica, pues muchas veces no conocen a cabalidad el destino de los ingresos y mucho menos el de los egresos monetarios de la empresa.

Los ratios financieros en los que se pudieron utilizar se detecta que los resultados poseen rangos altamente diferenciados con las planificaciones escritas cuando se las han hecho, lo que denota que no han aprovechado la información financiera que poseen ya sea por parte interna o externa.

Determinados los índices se los comparó con la información teórica que manifiesta los rangos aceptados para cada uno de ellos, pero al carecer de información referente en la localidad, no se logró comparar con el sector del embotellamiento de agua purificada.

Una vez realizada la investigación, se concluye que las empresas embotelladoras de agua en la ciudad no realizan la adecuada planificación, siendo de mucha valía, el arrancar desde el cero a sus cuentas, si bien es cierto no tienen problema de liquidez, si están teniendo problemas de rentabilidad al tener dinero ocioso en sus cuentas que lo podrían usar para nuevas inversiones internas o externas.

### **Referencias bibliográficas**

- UTMACH. (2015). Obtenido de <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/>
- World Trade Organization. (2017). Obtenido de [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)
- Agudelo de Bedout, S. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde Colombia. Revista de negocios Internacionales, 2(1), 3-11.
- Allen, D. (2006). Comemos combustibles fósiles. Polis, Revista de la Universidad Bolivariana.
- Alvarez, G. (1992). El Costructo "Clima Organizacional": Concepto, teorías, Acciones Investigacion y Resultados Relevantes. Interamericana de Psocologia Ocupacional.
- Ancona, M., Camacho, M., & Garcia-muñoz, C. (2012). Motivacion laboral en empleados administrativos de la

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Revista internacinal de administración y finanzas, 121-134.

Andrews, K. (1977). El concepto de estrategia en la empresa. Pamplona. Pamplona: Ed Universidad de Navarra.

Angulo, S. (5 de abril de 2017). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. El Comercio.

Anónimo. (16 de junio de 2016). Diario El Telegrafo - Economía. Obtenido de MAs de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por-presunta-estafa-masiva>

Ansoff, H. (1976). La estrategia de la empresa. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra.

Ansón Lapeña, J. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. Revista Española de Financiación y Contabilidad, 143-157.

Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. Revista Española de Financiación y Contabilidad, 143-157.

Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez, V. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. Revista Española de Financiación y Contabilidad, 143-157.

Apuy, L. (2008). Factores del Clima Organizacional que influyen en la Satisfacción Laboral del Personal de Enfermería, en el Servicio de Emergencias del Hospital San Rafael de Alajuela, Junio- Noviembre 2008. San José, Costa Rica.

Araujo, A., & Tapia, E. (2015). Economic Problems that Officials and Analysts are Worried About. El Comercio, 1.

Araujo, J. A. (2007). Rendimiento empresarial. Mediterraneo Economico, I(11), 60.

Arias . (2006). La investigacion documental.

Arredondo, F., Maldonado, V., & De la Garza, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, Actitudes ante edad y género. Scielo, 24(43), 285.305.

Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. Matronas Profesión 2004; vol. 5(17), 23-29.

Asamble Constituyente. (2014). Código Orgánico Monetario y Financiero. Quito: Lexis.

Asamble Nacional. (2014). Ley Oránico de Discapacidades. Quito.

Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Lexis.

Asamblea Constituyente. (2009). Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera. Quito: Lexis.

Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. (2012). Reservas mundiales. España: CEIDA.

Awad, G., & Valencia, A. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. Reflexión Política, 80-89.

Aybar Arias, C., Casino Martínez, A., & López Gracia, J. (2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30121108>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la Responsabilidad Social Empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: Comunicado de Prensa.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>

Banco Mundial. (2013). Los principios de Ecuador. Estados Unidos: [http://www.equator-principles.com/resources/equator\\_principles\\_spanish\\_2013.pdf](http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_spanish_2013.pdf).

Barranco Saiz, F. J. (2010). Marketing Político. Madrid: ESIC Editorial.

Barrientos Felipa, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. Semestre Económico, 122-123.

BCE / INEC / Medios de Comunicación. (09 de marzo de 2017). Diario El Telégrafo. Obtenido de La quiebra de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas-costaron-usd-8-600-millones>

- BCE. (2017). Banco Central del Ecuador. Obtenido de Preguntas Frecuentes / Fondos de liquidez: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/ServiciosBCentral/FondoLiquidez/preguntasFrecuentes.pdf>
- Bernal, C. (2006). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.
- Boada, J. V., & Arguello, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicósomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema, Revista Anual de Psicología*, 125-131.
- Bonilla, L. (29 de Mayo de 2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *El Observador Económico*.
- Bosma, N., & Amorós, J. E. (2013). Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe. Concepción. Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. Obtenido de <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>
- Bouhali, R. (2015). *Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning*.
- Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. (2007). *Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe*. México: Teoría y Praxis.
- Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J. (2007). *Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid.
- Bustamante, J. (2013). *Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas, Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TESIS%20COMPLETA.pdf>
- Cabrera M. (2013). *El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador*. Quito, Ecuador: tesis de grado Universidad San Francisco De Quito.
- Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros. (2013). *Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos Escambray*. Santiago, Chile.: Editorial Edicasa.
- Caligiore, I., & Diaz, J. (2003). *lima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio*. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 8. N° 24, 60-64.
- Campos, G. (2003). *Implicaciones del Concepto de Empleabilidad*. *Revista Iberoamericana de Educación* (ISSN: 1681-5653).
- Canals, A. (2003). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de *La gestión del conocimiento*: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>
- Castro Martínez, L. (2012). *El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama*. *Norteamericana*, 14.
- CEAACES. (2015). *La gestión e proyectos en las IES*. Guayaquil: Gobierno.
- Cevallos, P. (10 de Enero de 2010). *Primary education is practically universalized according to Ecuadorian government*. *EFE News Service*, pág. 1.
- Chaparro, L. (2006). *Motivacion laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas publicas y privadas)*. *Red de Revistas Cientificas de America Latina, el Caribe, España y Portugal*, 7-32.
- Chiang, M., Botelo, M., & Huerta, P. N. (2008). *Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas)* *Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos*. *Revista Universum* N: 23 Vol.2, 66-85.
- Cibrán Ferraz, P., Prado Román, C., Crespo Cibrán, M., & Huerte Galbán, C. (2013). *Planificación Financiera*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- CIRFS. (02 de 08 de 2017). Obtenido de *European Man-Made Fibres Association* : <http://www.cirfs.org/>
- Clark, C. (1940). *Las condiciones del progreso económico*.
- Clement Norris & Pool Jhon. (1982). *Economía: Enfoque América Latina*. México: McGraw-Hill, Pág. 13.
- Clerc, I. (2012). *Introducción a las condiciones del trabajo*. OIT. 346 p. Ginebra.

COMEX. (2015). Importaciones - Evolución.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. Bruselas: Comisión Europea.

Consejo Nacional de Educación. (2006). Plan Decenal de Educación. Quito.

Consortio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES). (2010). Quito.

Constitución. (1998). Art. 306. Quito.

Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2015). El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>

Coviello, M. (2003). Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: CEPAL.

Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P. (2010). UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. . Loja, Loja, Ecuador: : Universidad Nacional de Loja.

De la Torre, A. (2013). América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad. Obtenido de Artículos del Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Definiciones de desarrollo. (2012). Definiciones de desarrollo. Recuperado el Julio de 2017, de Definiciones de desarrollo,: <http://www.definicion.org>

Diario Expreso. (15 de Abril de 2015). Ecuador es un ejemplo en Bachillerato Internacional.

Díaz, M. (2001). Rendimiento. GpSerrano, I(32), 100.

Díaz, R. (2011). Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo Popular Caracas utilizando métodos prospectivos. Cuba: Tesis de Maestría, Universidad de Cienfuegos.

Diccionario de la lengua española. (2015). Real Academia Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es>

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). Macroeconomía. Décima edición. México: McGraw-Hill Irwin.

Duque, Y., Cardona, M., & Jaime, R. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Scielo, 29(50).

Economía y Finanzas internacionales . (13 de Junio de 2017). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecualliquidos S.A. (2017). Misión. Guayaquil: <http://ecualliquidos.com.ec>.

Edwards, S., & Rodríguez, A. (2008). Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes. Quito, Ecuador: Conservación Internacional.

EFE. (16 de Septiembre de 2005). Palacio asegura haber incorporado los Objetivos de Desarrollo del Milenio. La Hora Nacional.

El Telégrafo. (5 de Noviembre de 2011). “Hace bien, hace mejor”, sello estatal a la excelencia.

El Telégrafo. (2017). Sector y empleo informales en Ecuador. Obtenido de El Telégrafo : <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El Universo. (16 de septiembre de 2004). La educación, desde que EL UNIVERSO es testigo. EL UNIVERSO.

El Universo. (15 de Febrero de 2015). Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de RSE.

El Universo. (24 de Mayo de 2016). INEN implementará Mi primer sello de calidad para Mipymes.

Elizondo , A. (2002). Metodología de la investigación contable. México: International Thomson Editores S.A.

Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Obtenido de Emprende pon a andar tus ideas: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>

- Eslava, E. (2015). Education in Latin America: Challenges and opportunities for philosophy in the region. *Universitas Philosophica* Vol. 32, 223-243.
- ESPAAC. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano Ecuador. INEC. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- España , D., & Rivera , E. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Papel Politico*, 1-42.
- España Espinoza, D. A., & Rivera Aya, E. N. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Redalyc*, 17(1), 23.
- Espinel, L. (2006). condiciones de rendimiento. *Dialnet*, I(30), 86.
- Espinosa Andrade, A. (2015). Educational Statistics, Indicators' Report, Vol. 1, March 2015. Quito: Ministerio de Educación.
- Esteban, G. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. *Dialnet*, I(28), 55.
- Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., Jiménez Naranjo, H. V., & Hernández Mogollón, R. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Madrid. España. Portal Universia S.A. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>
- Fernández, A., & Emandez, A. (1986). EK DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA, NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANALISIS. Madrid.
- Ferrari, L. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. *Revista Mexicana de Física*, 36-43.
- Figueiredo, A. (1993). El modelo del conflicto y la Teoría de Juegos. *Fundamentos Económicos*, 319.
- FLACSO Ecuador y MIPRO . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>
- Freile, C. (marzo de 2015). Para el Aula. Recuperado el 21 de abril de 2017, de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29)
- Fuertes, M. O. (2005). Practicas de emprendimiento. *Dialnet*, I(15), 259.
- Ganga, F., Piñones, M., & Saavedra, L. (2015). Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. *FENOpinaonline*.
- Garabiza, B. (septiembre de 2015). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Economía.
- García Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. *ESPOL Technological Journal*, 2-45.
- García, A. (julio de 2009). Eumed.net. Obtenido de El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>
- García, E. (2007). Influencia de las industrias en el Rendimiento. *Dialnet*, I(41), 180.
- García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). ESTADÍSTICA EMPRESARIAL. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.
- García, M. (2009). Clima organizacional y su Diagnostico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de administración* , 43-61.
- García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / No. 42*, 43-61.

García, M., Hernández, T., Navarete, D., Alejandra, C., & Germán, S. (2014). Elementos de los modelos determinantes del clima organizacional. *European Scientific Journal*, 10(28), 107-122.

Gasca y Olvera. (2011).

Global Reporting Initiative. (1997). *Historia GRI*. Estados Unidos.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). GAD Municipal de Machala (GAD). Obtenido de <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>

Gomez, C. (2004). Diseño, construcción y validación de un instrumento que evalúa clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al ítem. *Acta colombiana de psicología*, 97-113.

Gomez, N. (2017). *El modelo de Triple hélice*. Guayaquil: UESS.

Gómez-Salas, J. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. *Investigación Económica*, 171-202.

Gonzalez. (2007). *variedad empresarial*. *Ventura*, 73.

Gonzalez. (2007). *Variedad Estratégica y rentabilidad empresarial*. *Economía Aplicada*, I(72), 200.

González, J. (2009). *La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles*. México: Divulgación.

Gottmann, J. (1973). *Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricità*. Torino: Einaudi.

Goyes, J. (21 de diciembre de 2012). *Clima organizacional en la Universidad del Valle*, documento de trabajo diagnóstico. Obtenido de Universidad del Valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>

Grajales. (2000).

Grajales, P. (2014).

Great Place To Work. (15 de noviembre de 2010). *Buen Clima Laboral, una tarea pendiente*. *Diario Hoy*.

Guerrero, G. (2012). *El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV*. IDE Business School.

Guerrero, R., Focke, K., & Rossini, F. (2010). *Redes de seguridad financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe*. Bogotá: BID.

Gutierrez, A. (2015). *La crisis financiera del 2008. Una visión desde la macroeconomía del desequilibrio*. *RES NON VERBA*, 116.

Hamel, G. (2011). *El futuro de la administración*.

Hansé, F. (2010). Quito: CERES.

Heritage Foundation. (2017). *2017 Index of Economic Freedom*. Washington, DC: Heritage Foundation.

Hernández Sampieri, R. (l. 2007. 336 p.). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid (España): McGraw Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Hernández, Fernández y Baptista . (2006). *Metodología de la Investigación*.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F.: McGraw Hill .

Hernández, R., Mendez, S., & Contreras, R. (2014). *Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia*. *Contaduría y administración* 59 (1), 229-257.

Herzberg, F. (1954). *La Teoría de la Motivación-Higiene*.

Herzberg, F. (2003). *Una vez más : como motivar a sus empleados*. *Harvard Business Review*, 3-11.

Hurtado, M. (2017). *¿Cuál es el origen del emprendimiento?* Obtenido de <https://www.aulaclicks.com/cual-es-el-origen-del-emprendimiento/>

Industrias. (2016). *Las industrias de bebidas se fortalece con inversión*. *Vistazo*, 15.

INEC. (2014). *Encuesta de superficie y producción agropecuario continua ESPAC 2014*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>



Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo 2010. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016 ). Reporte de Economía Laboral. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

Instituto Nacional de, S. (2012). Notas Técnicas de prevención. Primera Edición. Barcelona: : Editorial Series VZ.

Jácome, E. (13 de June de 2016). From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam. *El Comercio*, págs. 1-2.

Jiménez, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. *Energética*, 93-105.

Johnson G. y Scholes, K. (1996). Dirección estratégica. Madrid: Ed. Prentice Hall.

Jorge Palencia, I. B. (2007). La Gerencia de Proyectos de Responsabilidad Social. *ORBIS*, 69-72.

Kaplan, R., & Norton, D. (2005). Cuadro de Mando Integral. . Madrid: : Gestion 2000.

Kaplan, R., & Norton, D. (2008). Estrategia Corporativa. . Harvard Business School Press.

Klare, M. (2012). La geopolítica del gas natural . España: Papeles.

Kreps, D. (1990). Un curso de teoría microeconómica. Princeton : Princeton University Press, 120.

Krugman, P. (2008). Fundamentos de Economía . Barcelona: Editorial Reverté S.a++A.

Kuschick, M. (2010). Marketing y comunicación política . Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 41.

La Hora Nacional. (10 de diciembre de 2016). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.WS4YjfnYuUk>

Lastra, F. (2006). Rendimiento Rentabilidad . *yirepa*, 15.

Lastra, X., Coloma, J., Espinosa, D., & Herrera, F. (2015). Las energías renovables en la actividad turística. *Innovaciones hacia la sostenibilidad*. Siembra, 086-094.

Lema, B. M., & Ferrer, M. (2016). The investigative training of teachers: An imperative for higher technological institutes in Ecuador. *Santiago*, 266-279.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor . (2000). Quito.

Ley Orgánica de Discapacidades. (2012). Quito: Asamblea Nacional.

Líderes. (29 de Septiembre de 2014). El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento.

Líderes. (21 de Noviembre de 2016). El sector alimentos piensa en exportación.

Líderes. (11 de Enero de 2017). e trabaja para exportar más.

Líderes. (3 de Marzo de 2017). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.

Líderes. (11 de Abril de 2017). Un fondo de 10 millones de euros para Mipymes que apuntan a la Unión Europea.

Lima, M., & López, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Quito: CERES.

Littlechild, S., & Thompson, G. F. (1977). Teoría de Juegos y planificación de estrategias. *Campana Journal of Economics* vol . 8 , nº 1, 126.

Llano, L., & Mosquera, V. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad Nacional de Colombia.

López Mateo, C. (2010). Planeación Financiera en Mipymes de Industrias en Crecimiento: El Caso de los Laboratorios de Naturistas de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en PYMES. México. UNAM. Obtenido de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>

López, A., Contreras, R., & Rubén, M. (2011). La RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario. Scielo, 261-283.

Lopez, E. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá. Universidad & Empresa, 9-35.

Lopez, J., & Maldonado, V. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the Education Ministry of Ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of Macas. Salesiana Academic Journal (Thesis), 23-107.

Lousteau, M. (2011). Economía en 3D. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.

Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). Games and Decisions. Wiley & Sons, 59.

Luna Tamayo, M. (2014). Educational policies of Ecuador, 1950-2010: State deeds and society's initiatives. UNED, 1-362.

Malhotra, N. K. (2016). INVESTIGACION DE MERCADOS. Mexico D.F.: Pearson Education.

Mallo, P. E. (2005). LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. Buenos Aires: Congreso Metropolitano de Ciencias Economicas.

Mankiw, G. (2012). Principios de Economía. México: Cengage Learning.

Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. Revista Universidad EAFIT , 80-87.

Manuel, F. (2001). Procesos estrategicos y Implicacion para el Rendimiento. Revista Anual, I(38), 116.

MCCTH. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . EcuadorUniversitario, 1-2.

Meier, P. (2014). Leveraging Uncertainty: A Practical Approach to the Integration of Responsible Innovation through Design Thinking.

Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. Mexico: Mc Graw Hill 3era Edición.

Mendoza, M. (11 de Diciembre de 2016). Un viaje al origen del 'boom' bananero. El Comercio.

Merino, L. (2012). Las energías renovables. España: Energías Renovables para todos.

Ministerio Coordinador de la Producción, E. y. (2014). Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador-espaniol.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Más de 100 MIPYMES cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de MCE. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Fomento de las pymes ecuatorianas. Guayaquil-Ecuador: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2012). Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. La Habana: Instituto de Estudios e Investigaciones del trabajo.

Ministerio del Trabajo. (2015). Seguridad y Salud en el Trabajo. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.

MIPRO. (2012). Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores. Ministerio de Industria y Productividad.

Mira, M. (2012). La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: uncampo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores. España.

Moliner. (2012). relacion con el rendimiento y rentabilidad en empresas. Papersdeturisme, 75.

- Morla, M. (12 de febrero de 2006). Cacao ecuatoriano glorias de siempre. El Universo.
- Mujica, M., & Perez, I. (2007). Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad. *Revista de Educación*, Año 13, Número 24, 290-304.
- Murillo, D. (2007). Rescatar la economía económica de Adam Smith. En *Ética, Economía y Empresa* (pág. 39). Barcelona: Gedisa.
- Murillo, D., & Arnau, G. (2007). *Ética, Economía y Empresa*. En *La dimensión moral de la economía* (pág. 84). España: Gedisa S.A.
- Naciones Unidas. (2000). Declaración del Milenio. Nueva York: Asamblea General.
- Nadal, A. (2002). Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México. México: Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.
- Narváez Licerias, A. (2017). Finanzas Corporativas y estudios de casos. Lima: Macro EIRL.
- Navarrete, J. (2012). Política Económica. México: Red Tercer Milenio S.C.
- Navarro, E. (2008). Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción. *Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización*, 1917-1927.
- Noblejas. (2012). Obtenido de Página 7 Comunicación S.L. C/ Noblejas, 5 Bajo - 28013 Madrid
- OCDE. (s.f.). Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>
- OCDE/CEPAL/CAF. (2016). Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento. Paris. Francia. OECD . Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>
- Ochoa Setzer, G. (2012). Administración Financiera. Mexico: McGraw-Hill.
- OEI. (2016). Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura. Recuperado el 2017, de [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)
- Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La transición de la economía informal a la economía formal . Obtenido de Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)
- Ordiz, M. (2001). Rendimiento. *Dialnet*, I(45), 252.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2015). Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca. Roma, Italia: FAO.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)
- Ortega, A. (2016). Semblanza del Dr. Rodrigo Borja Acto de Investidura Doctor Honoris Causa. Guayaquil.
- Owen, G. (1968). *Game Theory*. Philadelphia: Saunders.
- Pacheco, L., & Pacheco, R. (2015). Evolución de la educación superior en el Ecuador. *La Revolución Educativa de la Universidad Ecuatoriana*. Pacarina del Sur.
- Páez, T. (2009). Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de. Universidad de Valencia, 1-14.
- Paladines, C. (2015). Prospects for change in Basic Education and High School. Ecuador: 2007-2013. *Praxis Educativa*; vol. 19, 3452.
- Palma, S. (2000). Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias. *Revista de Investigación en Psicología*, 11-21.
- Pardo Granizo, M. A. (2013). Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro. Milagro. Ecuador. UEM. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>: <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>
- Patricio Peña, presidente del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa (IEGC). (28 de junio de 2017).

El Gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial. Fundación Corresponsable.

Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Jeremy, D., Rebecca, L., Maitlis, S., y otros. (2005). Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation. *Journal of Organizational Behavior*, 379–408.

Pérez, R., & Carrillo, B. (2000). *Desarrollo local: manual de uso* (2da. ed.). Madrid: ESIC.

Pino, J. (2007). *Alto Rendimiento*. Andrews, I(28), 60.

Producción, R. a. (2014). [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec). Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf>

Programa Formación de Formadores en RSE. (s.f.). Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?

Pronaca. (2015). *Memoria sostenible de ser Pronaca*. Guayaquil.

Quijije, B., & Verzosi, C. (2017). Ecuador: Desarrollo local y emprendimiento. En C. Ronny (Ed.), *Perspectiva del desarrollo regional sustentable en Ecuador* (págs. 47-66). Loja: Ediloja Cia. Ltda.

RAE, R. (2017). *Diccionario de Lengua Española*. Obtenido de Estabilidad: <http://www.rae.es/>

Ramírez González A. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*.

Ramírez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). La Motivacion laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tubería de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 143-148.

Ramos Ferrin, V. L. (2006). *AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005*. Guayaquil.

Ratzel, F. (1902). *La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida*. Alemania.

Real Academia Española. (29 de junio de 2012). *Diccionario*. Obtenido de Sitio web de la Real Academia de la Lengua: <http://www.rae.es/>

Red de Firmas (PwC). (2016). *Informe del King IV sobre Gobierno Corporativo™ para Sudáfrica 2016*. Sudáfrica: PwC.

Reinoso, H., & Araneda, B. (2007). Diseño y validación de un modelo de medición del clima basado en percepciones y expectativas. *Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre*, 42.

Rentería, E. (2004). *Empelabilidad: una lectura psicosocial*. Seminario Los Trabajos de la Globalización. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.

Restrepo, L., & Gonzalez, J. (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias*, 183-192.

Revista Ekos. (06 de 2015). *ekosnegocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>

Revista Ekos negocios. (2011). *Conformación de la Norma ISO 26000*. En *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).

Revista Ekos negocios. (2011). *ELCAFÉ y su responsabilidad social*. En [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com) (Ed.), *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 68-69). Ecuador.

Revista Ekos negocios. (2011). *Nestlé: Creación de valor compartido*. En *Empresas con Responsabilidad Corporativa* (págs. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).

Revista Ekos negocios. (2017). *Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB*.

Revista Líderes. (2015). *La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador*. Obtenido de Revista Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>

Reyes, P. (2016). *Combustibles fósiles y contaminación*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Rio, M. d. (2013). *Relacion entre rentabilidad y rendimiento*. *Economía*, 73.

- Rios, M. F. (2007). Procesos de Rentabilidad en una Organización. *Psicothema*, I(8), 102.
- Rodríguez Puente, E. (enero de 2005). Boletín Técnico. Obtenido de [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinstecnicosorig/BOL\\_08\\_05\\_MTY\\_FC.PDF](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinstecnicosorig/BOL_08_05_MTY_FC.PDF)
- Rodríguez, D. (2005). Diagnóstico Organizacional. Buenos Aires: Editorial Alfaomega.
- Rosero, R., Bermúdez, J., Gómez, G., García, M., & Reyes, I. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 267-284.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). Finanzas corporativas. Mexico: McGraw-Hill Companies.
- Rubio Domínguez, P. (2008). Inreoducción a la Gestión Empresarial. Madrid: INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.
- Rubio, P. (2007). Manual de Analisis Financiero. *Derecho y Economía*, I(2), 10.
- Sack, R. (1986). *Human Territoriality: Its theory and history*. Cambridge University : Press.
- Salgado, J., Remeseiro, C., & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. *Psicothema* , 329-335.
- Samuelson, P. (2001). *Macroeconomía*. Décima sexta edición. Barcelona: Mc. Graw Hill.
- Samuelson, Paul y Nordhaus William,. (2005). *Economía*. Mexico: McGraw -Hill. 18.a.ed.
- Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *researchgate.*, 50-62.
- Sánchez, J. (Noviembre de 2015). Tesis de maestría . Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano en Ecuador. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Ciencias Económicas.
- Santos, M. (1994). *O Retorno do Território*. São Paulo: Hucitec-ANPUR.
- Sarmiento, S., & Montoya, J. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.
- Sashkin, M. (1996). El Cuestionario MbM Gestion por motivación.
- Satterthwaite, M. A. (1975). *Economía, aplicacion de estrategia en la teoria de juegos*. *J. Econ. Theory*, 187-217.
- Schotter, A., & Schwodiauer, G. (1980). *Economía y Teoría de Juegos*. *diario of Economic Literature*, 89.
- Secretaria de Relaciones Migratorias y Consulares. (Julio de 2007). Política Migratoria del Ecuador. Obtenido de <http://www.refworld.org/pdfid/49002e312.pdf>
- Segovia, F. (Noviembre de 2016). Sixto Durán Ballén, el señor Presidente. *El Comercio*.
- Semplades, S. (2013). Plan nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Quito: Semplades.
- Senge, P. (2003). *La Quinta Disciplina, El Arte y la Práctica de las Organizaciones que Aprenden*. . Currency.
- Serrano Carmona, A. (25 de October de 2015). 47% of working children in Ecuador, in risk situations. 'La Hora', págs. 1-3.
- Shubik, M. (1987). *Game Theory in Social Sciences*. Massachusetts: MIT Press.
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. Londres: Alianza.
- Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. (1990). *Economía*. España: MacGraw-Hill, Pag. 3.
- Stieler, U. (16 de Julio de 2014). Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>
- Stiglitz, J. (2002). *El malestar en la globalización* (1era ed.). España: Litografía Losés S.A.
- Superintendencia de Compañía del Ecuador. (2011). Superintendencia de Compañía del Ecuador. Obtenido de [www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)
- Tafur, G. (2016). Impact of New Policies of Higher Education in Universities and Polytechnic Schools of Ecuador. *Business Magazine*, 27-34.
- Talledo, M., & Solòrzano, D. (2013). Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Tarantino , S. (16 de 06 de 2012). De gerencia. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de->

indicadores

- Tedesco, J. C., & Lopez, N. (2002). Secondary Education challenges in Latin America. CEPAL Magazine, 55-69.
- Tirole, J. (1988). La teoría de juegos en la organización industrial. Cambridge: MIT Press.
- Tomalá, M. (2003). Terminos Económicos. Manta: Análisis Ediciones.
- Topanta Vera, M. I. (2010). Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Guayaquil, Guayas, Ecuador:: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- Toro, F. (1996). Clima Organizacional y Productividad . Temas de administracion, 66-72.
- Torres, R. M. (1990). Alfabetización de adultos en América Latina: Problemas y Tareas. Quito: Ciudad Centro de Investigaciones.
- Transparency International. (2017). Transparency International. Recuperado el 24 de abril de 2017, de [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)
- UNESCO. (1988). .
- UNESCO. (2006). El currículo a debate. PRELAC Proyecto regional de educación para américa latina y el caribe, 1-160.
- UNESCO. (2014). . MARCO DE ACCION PRIORITARIA.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Reglamento de Elecciones y Referendo Reformado Abril 2017. Machala: Secretaría General.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Resoluciones . Machala: Consejo Universitario.
- Valdez, A. (2015). Elaboración de un manual de procedimiento de Seguridad e Higiene del Trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construcción de obras civiles en la empresa FAGA de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/UPS-GT001284.pdf>.
- Valdez, A. (s.f.). Influencia del Rendimiento. Dialnet, II(28), 46.
- Vallaes, F. (. (2003). La etica y moral en las instituciones.
- Van Horne C., J. W. (2010). Fundamentos de Administración Financiera (Decimotercera edición ed.). México, México: Pearson Educacion.
- Vásquez, H., & Dacosta, O. (2007). Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas. Ingeniería Investigación y Tecnología, 249-259.
- Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. C., & Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2, No. 2, 429-349.
- Véliz, J., & Díaz, S. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. Universidad ESAN, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.
- Villacís, M. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Villar, L. (2007). Estado de derecho y Estado social de derecho. Revista Derecho del Estado,, 10(20), 73-96.
- Vinogradoff, L. (05 de 04 de 2014). Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano Leopoldo López. ABC International.
- Vistazo. (2016). La industria de bebidas se fortalece con inversión.
- Viteri Diaz, G. (2006). Education situation in Ecuador. Latin American economy Observatory, 1-24.
- Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de latinoamerica. Washington.
- Wateryear. (2007). Obtenido de [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007

world bank group. (2006). ¿Qué es RSE?

Yakumuseoagua. (2008). Obtenido de [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008

Zavala Egas, Z. (1999). Corrupción política: El caso del Ecuador. Corrupción política: El caso del Ecuador. Guayaquil.

# Las políticas sectoriales en el Servicio de Rentas Internas y el cumplimiento con el Plan Nacional del Buen Vivir

**Flor María Arteaga Ureta**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
flor.arteaga@uleam.edu.ec

**Carmen Eloisa Zambrano**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
carmen.zambrano@uleam.edu.ec

**Ana Manuela Palma Avellan**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
ana.palma@uleam.edu.ec

## Resumen

Las instituciones públicas reconocen que es una época de cambios, que traen consigo avances tecnológicos, desarrollo industrial, pero también la responsabilidad social mediante la concienciación en la que personal que labora dentro de la misma, como usuarios deben asumir compromisos tácitos para construir un mejor Ecuador aprovechando las oportunidades que brindan las TICs. Los retos que enfrentan a diario junto a los avances que vive la sociedad obligan a las instituciones públicas a responder de forma inmediata, prueba de ello es el Servicio de Rentas internas que mediante una planificación y un cumplimiento de gestión por resultados debe cumplir con la demanda tanto de contribuyentes como del gobierno Nacional. Cabe mencionar que uno de los ejes principales sobre los que se mueve la institución (SRI) se basa específicamente al servicio eficiente aportando al desarrollo social y económico del país, trabajando arduamente para minimizar las brechas de evasión, elusión y omisión tributaria. La metodología empleada es la descriptiva, utilizando como fuente principal la revisión bibliográfica en libros, artículos técnicos y científicos referentes a la temática con el objeto de determinar la influencia que tienen las políticas sectoriales del Servicio de Rentas Internas y el cumplimiento con el Plan Nacional del Buen Vivir.

**Palabras clave:** Administración tributaria, recaudación, desarrollo social y económico, políticas sectoriales.

## Abstract

Public institutions recognize the fact of living in a time of change, which brings technological advances, industrial development, but also bring social responsibility through awareness in which staff working within it, as users must assume tacit commitments To build a better Ecuador taking advantage of the opportunities offered by ICTs. The challenges they face daily along with the advances that the society lives oblige the public institutions to respond immediately, proof of this is the Internal Revenue Service that through planning and performance management compliance must meet the demand Both taxpayers and the National Government. It is worth mentioning that one of the main axes on which the institution moves (SRI) is based specifically on efficient service contributing to the social and economic development of the country, working hard to minimize the gaps of tax evasion, avoidance and omission. The research methodology used is descriptive and analytical, using as main source the bibliographic review in books, technical and scientific articles referring to the topic to be addressed, the above with the purpose of determining the influence of sectoral policies of the Internal Revenue Service And compliance with the National Plan for Good Living.

**Keywords:** Tax administration, collection, social and economic development, sectoral politics.



### **Plan de Desarrollo Nacional versus las políticas, programas y proyectos públicos**

Los artículos 280 y 300 de la Constitución de la República del Ecuador menciona que el Plan de Desarrollo Nacional es el instrumento al que se sujetan las políticas, programas y proyectos públicos, la programación y ejecución del Estado; y que el régimen tributario es manejar por principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, entre otros. Para cumplir con lo establecido en la Constitución, el SRI, debe alinearse a lo dispuesto en el Plan Nacional para el Buen Vivir (Asamblea Nacional Constituyente, 2007).

El Plan Nacional para el Buen Vivir propone instrumentos de planificación subsidiarios que permiten la implementación del mismo, a través de estrategias estatales sectoriales en el territorio, estos instrumentos obedecen a una articulación entendida como la imperativa vinculación y complementariedad que deben guardar entre sí las instancias y las herramientas de planificación, para avalar la coherencia de las medidas adoptadas.

Estas articulaciones corresponden con el contenido de los mecanismos e instrumentos de planificación y finanzas, orientados a las instituciones públicas en el cumplimiento obligatorio de las garantías y derechos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de Derechos Humanos, en el marco de sus competencias específicas.

Los objetivos estratégicos que plantea continuamente el SRI, están basados en incrementar el cumplimiento voluntario a través de la asistencia y habilitación al ciudadano; desarrollar la efectividad en los procesos legales, de control y de cobro; ampliar la capacidades e instrucciones de la ciudadanía acerca de sus obligaciones y derechos fiscales, crecer la eficiencia operacional, incrementar el uso eficiente del presupuesto e incrementar el desarrollo del talento humano.

El principio de progresividad según (Crespo, 2010) hace referencia a la proporción del aporte de cada contribuyente al financiamiento de los gastos públicos, en relación con su capacidad económica. De esta manera, es neutro el sistema que conserva las diferencias relativas entre los contribuyentes de mayor y de menor capacidad económica; es progresivo, el que las reduce y es regresivo el que las aumenta

Incrementar la progresividad en la estructura tributaria y la participación de los impuestos directos en el total de la recaudación, consolidando la cultura tributaria y promoviendo una cultura fiscal que sea inclusiva en el marco de una administración tributaria de excelencia, logrando aplicar y fortalecer mecanismos efectivos de control y penalización para aquellos que no cumplan con lo normado y se inclinen mas bien por fomentar y promover el contrabando y evasión tributaria en todas sus formas.

Optimizar la cobertura y la aplicación de incentivos tributarios como instrumentos de apoyo efectivo a la política productiva, fortalecer la eficiencia del sistema tributario en el territorio nacional, mejorando la capacidad normativa y de gestión en los distintos niveles de gobierno. Consolidar los esfuerzos regionales para la integración de la fiscalidad internacional, son algunas de las políticas sectoriales que se deberían afianzar al sistema tributario.

De acuerdo a (Cordón, 2010), los incentivos tributarios son toda disposición patrocinada con relación de un tributo con el propósito de promover determinados comportamientos. Estas herramientas tributarias personifican una particularidad a la normal distribución del tributo dando lugar a una disminución de su porte recaudatorio. Constituyen, por tanto, una excepción al principio de equidad y de neutralidad. Por otra parte,

según lo indicado por (Molina, 2005) es viable implantar que el cimiento de los estímulos tributarios reside en el hipotético que el beneficio social sea mayor, que el beneficio económico percibido por el Estado, por lo tanto, para este último el Incentivo tributario se traduce en un gasto fiscal.

Sean el (Banco Interamericano de Desarrollo, 2015) Las políticas de protección a la inversión traen consigo una variada gama de instrumentos. Por un lado, están las disminuciones en la carga arancelaria de las organizaciones, como los créditos de fomento, la protección a las importaciones y los subsidios a la exportación y, por otro lado, las medidas del gobierno encaminadas a moralizar externalidades informativas o inconvenientes de acoplamiento que le puedan impedir a una empresa por sí sola acceder a nuevos mercados o desarrollar nuevas tecnologías.

Los examinadores de los estímulos fiscales enfatizan otros riesgos: que los planes se readequen solo para poder conservar los beneficios en el transcurso del tiempo, que se beneficie a industrias “con rueditas”, o que se proporcione la tergiversación fiscal a nivel internacional mediante el uso de precios de transferencia.

Uno de los principales enfoques de la Administración Tributaria ha permitido incrementar el cumplimiento voluntario de las obligaciones por parte de los contribuyentes, para lo cual se han trazado estrategias de asistencia y habilitación al ciudadano. La asistencia busca concientizar al ciudadano a través de asesorías e información oportuna que le permita al ciudadano cumplir con sus obligaciones de forma voluntaria; mientras que la habilitación busca un SRI más cercano tanto de forma presencial como virtual, generando instrumentos, servicios y productos que faciliten el cumplimiento de sus obligaciones.

Para el Servicio de Rentas Internas es fundamental contar con un modelo de riesgos que integre los diferentes procesos de la institución, el mismo que permitirá responder oportunamente a cambios en la coyuntura política y económica del país. La gestión integrada de riesgos, la implementación de metodologías en temas normativos, la optimización de la cobertura en asesoría jurídica; así como, el fortalecimiento de las acciones de cobro, se constituyen en herramientas esenciales que permitirán a los diferentes procesos de la Administración Tributaria asegurar sus estrategias planteadas, con énfasis en asignar cobertura significativa de sus procesos de cadena de valor a los estratos de mayor concentración tributaria en el territorio nacional, los mismo que deben estar apalancados en herramientas tecnológicas y eficiencia administrativa.

Uno de los principales factores que inciden en el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales, es el grado de moral tributaria, que se expresa como los principios morales o valores individuales que motivan a pagar los impuestos, la Administración Tributaria en su afán de alcanzar el fortalecimiento de estos principios y valores debe promover a través de la ciudadanía fiscal tres elementos claves: ética, cohesión social, y pacto fiscal.

Según (Ferraz, 2013) “las administraciones tributarias deben garantizar el más alto nivel de cumplimiento tributario de los contribuyentes, procurando que sea voluntario, como suele declararse en la misión de estas organizaciones en todo el mundo. Tradicionalmente han tratado de moldear esas voluntades a través del control y las altas sanciones, apelando a un enfoque racionalista de aumento de percepción de riesgo por parte de los contribuyentes”. Teniendo en cuenta lo esbozado por el autor antes mencionado, se puede afirmar que el nivel de cumplimiento debe ser tomado como una decisión racional con un nivel mínimo de incertidumbre teniendo en cuenta que el fraude tributario es un juego que genera impuestos menores, con cierta posibilidad de ser desenmascarado que se sanciona con leyes.

Haciendo una revisión bibliográfica para emitir un a criterio basado en una análisis método se podría afirmar

que el plan estratégico 2012- 2015, consideró la orientación a los procesos como el pilar principal, que permitieron de cierta forma obtener mayor productividad y niveles de satisfacción de los contribuyentes y servidores, a través del programa de excelencia y conocimiento organizacional. Ante esta problemática surge la hipótesis en que la existencia de una verdadera articulación entre la planificación nacional, institucional y el presupuesto, la planificación debe incorporar las directrices provenientes de la Constitución, del Plan Nacional para el Buen Vivir, los mismos que viabilicen los resultados programados por el SRI anualmente, y que estos a su vez deben concatenar con la planificación operativa.

El estudio se relaciona con el trabajo que ha venido realizando diversos Organismos Públicos con la finalidad de sostener la política fiscal desde el año 2007 con la aprobación de la Ley de Equidad Tributaria, la misma que se ha reformado por varias ocasiones y con la que se ha podido asegurar recursos que puedan sostener el presupuesto General del Estado en épocas económicas no tan buenas para el país.

El presente trabajo tiene por finalidad presentar los principales comportamientos económicos y sociales, a través de la observación y análisis sobre las estadísticas de recaudación del Servicio de Rentas Internas, por lo que el trabajo pretende dar a conocer los factores y los sectores, que han dinamizado el crecimiento de la economía pero con rasgos de concentración y fuerte polarización que hacen necesario una reflexión sobre el modelo y el rol del estado. El artículo de revisión nace del interés por analizar hasta qué punto las políticas sectoriales implementadas por el Servicio de Rentas Internas han dado resultados en el Plan Nacional de Buen Vivir.

Al respecto, La Secretaria Nacional del Planificación y Desarrollo (2017) define a la política sectorial como: Instrumentos que articulan el Plan Nacional de Desarrollo con el accionar de las instituciones rectoras de política; identifican políticas públicas sectoriales y definen los mecanismos para su implementación. Además determinan indicadores y metas planteadas por cada entidad rectora. Su ámbito de acción es nacional, por cuanto vinculan las políticas contenidas en el Plan Nacional de Desarrollo con las competencias de las entidades que hacen parte de cada Consejo Sectorial de Política.

Así mismo el Banco Interamericano de Desarrollo (2017) sostiene como política sectorial que: Las posibilidades de lograr la eficiencia en un sector y un país determinados, dependen en grado sumo de la existencia de una estructura sectorial que fomente la eficiencia económica y maximice el ámbito para la competencia. Por ende, la idoneidad de cada estructura sectorial debe juzgarse por su efecto general en la eficiencia del sector y, en particular, por la medida en que dicha estructura puede facilitar el desenvolvimiento de la competencia.

Por lo antes expuesto se puede afirmar que las políticas sectoriales tienen mucho que ver con las instituciones que tienen bajo su poder la planificación estructurada por sectores sin afectar las políticas de sectores más bien que sea un ente dinamizador de resultados, en donde funcione a la perfección la institucionalidad sectorial, el medio ambiente, mercado de capitales, educación integral con sentido humanista apoyada de la ciencia y la tecnología e innovación.

“Las políticas sectoriales deben guardar plena congruencia con las generales y evitar favorecer artificialmente el desarrollo de algunas actividades a costa de otras. Las políticas sectoriales no deben ser discriminatorias, ni basarse en una selectividad que arbitraria y burocráticamente condicione de antemano los ritmos de expansión relativa de los sectores y empresas de la economía. Se han hecho patentes en el pasado los costos en términos de crecimiento y de concentración del ingreso que conllevan las políticas deliberadamente selectivas. Las políticas sectoriales son para reconocer y abordar problemas específicos y actúan reforzando la acción de los

instrumentos generales, articulándolos entre sí y complementándolos con programas de acciones particulares” (Cámara de Diputados México, 2005).

En Ecuador las instituciones públicas deben enfocarse en la política sectorial para conseguir una mayor intervención por parte del Estado y de esta forma ir resolviendo problemas coyunturales que tienen relación en lo económico y social. Lo deseado y adecuado a este estudio es que contribuya a la identificación de los problemas con relación al problema tratado, pronosticando las tendencias y amenazas para la consecución de resultados en la forma en que se dan las reformas tributarias, para que de ahí emane nuevas líneas de investigación, como discernimientos para la ejecución de la política económica referente al desarrollo regional de la economía nacional.

El método de investigación utilizado es básica, documental, descriptiva y analítica, porque describe, analiza la planificación institucional y los logros obtenidos por la institución en el periodo del 2012 al 2015, mostrando la eficiencia en los procesos de recaudación expuestos por el Servicio de Rentas Internas como resultados de su gestión durante el periodo de estudio.

Como resultado de la investigación, se determina la optimización de procesos y recursos humanos y económicos en el cumplimiento de la agenda sectorial del Servicio de Rentas Internas. El contenido del presente artículo facilitará a las entidades públicas validar los términos de política sectorial y como estos esta interrelacionados con el Plan Nacional para el Buen Vivir enmarcado en materia tributaria para la institucionalidad del Servicio de Rentas Internas.

### **Importancia del problema**

Hasta 1997, los intentos por transformar el sistema tributario fueron fallidos. A pesar de las reiteradas reformas tributarias en cinco décadas, los impuestos no lograron consolidarse como un instrumento potente para garantizar la suficiencia presupuestaria, y mucho menos garantizar una verdadera justicia social. La presión tributaria históricamente ha sido insuficiente; los altos niveles de evasión producto de una cultura tributaria débil, sumado a grupos de poder enquistados en las esferas políticas, lograron que el Estado no tenga la posibilidad de cobrar los impuestos que le correspondía a quienes debían pagarlos. En realidad antes de 1998 eran pocos los que contribuían al Estado.

La erosión de las bases imponibles mediante incentivos discriminatorios y un gasto público discrecional redujo la capacidad del Estado de proveer bienes públicos básicos como educación, salud o infraestructura. Desde el año 2007 se ha dado una transformación significativa en este ámbito, donde la lucha contra la evasión, el fomento de la cultura tributaria, la progresividad y la redistribución tienen prioridad en la agenda política. Son muchos los logros obtenidos en tan corto periodo de tiempo; donde las mejoras son tanto coyunturales como estructurales. En esta transición, también van surgiendo otros retos adicionales para con la justicia distributiva, el empleo, medio ambiente y las relaciones productivas.

Ante ello, se reafirma el interés por generar recursos que puedan ayudar como soporte al Presupuesto General del Estado con la clara convicción que estos recursos retornaran a la sociedad en general a través de obras que van a mejorar indudablemente la calidad de día, para ello debe existir una relación amena y directa entre institución y contribuyentes. Recalcar que los recursos no van a ser desviados para otros intereses que no tienen relación con el desarrollo de la nación.

## Metodología

La metodología investigativa utilizada es la básica, documental, descriptiva y analítica, utilizando como fuente principal la revisión bibliográfica en libros, artículos técnicos y científicos referentes a la temática a abordar, datos estadísticos de recaudación del Servicio de Rentas Internas, con el objeto de determinar la influencia que tienen las políticas sectoriales y el cumplimiento con el Plan Nacional del Buen Vivir.

A continuación se muestran tablas de recaudación de impuestos directos e indirectos, comportamiento del crecimiento en recaudación entre otros aspectos.

## Resultados

### Crecimiento de recaudación de impuestos

Tabla 12. **Crecimiento de la recaudación** Periodo 2012 -2015(En miles de dólares)

Año	Miles de dólares	Tasa porcentual crecimiento
2012	11.263.894	17,81%
2013	12.757.722	13,26%
2014	13.616.817	6,73%
2015	13.950.016	2,45%

Fuente: Base de datos SRI. 2016

Durante los 4 años el crecimiento de la recaudación aumentó en un promedio de 10,05%; haciendo hincapié que los años 2012 y 2013 se observa un crecimiento superior, debido a que en el año 2012 entró en vigencia la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los ingresos del Estado, la misma que a pesar de generar mayor recaudación responde a objetivos de carácter social, ambiental y económico como se pueden apreciar: la mejora sustancial de la calidad del combustible que utiliza el parque automotor e industrial en el país, contribución al modelo económico de desarrollo en cuanto a la reforestación se refiere; y en el 2013 se ejecutaron planes de control y cobro institucional al que lograron intervenir a grandes contribuyentes como es Bananera Noboa, Conecel, entre otras. En el 2014 el crecimiento del 7% de la recaudación fue soportado por el plan de contingencia recaudatoria, el mismo que incluyó estrategias para cerrar los ciclos tributarios de los contribuyentes a través del cobro efectivo de las determinaciones efectuadas por la administración tributaria y las autodeterminaciones del contribuyente.

Para el 2015, la recaudación alcanzo los 13.950 millones de dólares; en este año se aprobó la Ley de Remisión de Intereses, Multas y Recargos por deudas tributarias, con la finalidad de contar con una cartera más oxigenada e incluso que los contribuyentes puedan acceder de manera más ágil a créditos y de esta manera pudieran resolver su obligación tributaria reduciendo de esta manera costos por litigios, multas e intereses. Con esta ley se beneficiaron 1'107.162 contribuyentes que liquidaron varias de sus deudas tributarias.

### Porcentajes (%) de recaudación de impuestos directos versus impuestos indirectos a nivel nacional

Tabla 13. Composición de la recaudación por tipo de impuesto

Años	Impuestos directos	Impuestos Indirectos
2012	45,00	55,00
2013	45,60	54,40
2014	45,90	54,10
2015	47,23	52,77

Fuente: Base de datos SRI. 2016

Como se puede evidenciar, durante el periodo 2012-2015, la participación de los impuestos directos tiene al cierre del 2015 un crecimiento aproximado de dos puntos porcentuales con respecto al año 2012, lo cual es positivo para el cumplimiento de metas nacionales y sectoriales.

De acuerdo a los datos registrados en la tabla que antecede se puede demostrar que durante el periodo 2012-2015 se produjo un decrecimiento en los impuestos indirectos, lo cual significa un avance en la meta de revertir la composición de la recaudación del Servicio de Rentas Internas hacia la prioridad de orientar su recaudación a impuestos directos que fomenten la progresividad y equidad recaudatoria.

### Contribución Tributaria

La contribución tributaria es la relación entre la recaudación efectiva y el Producto Interno Bruto (PIB), convirtiéndose en un elemento clave para valorar el peso de los impuestos en un país. Conforme se observa en la siguiente tabla la contribución tributaria en los últimos años se incrementó, obteniendo al cierre del 2015 una contribución del 14,08%

Tabla 14. Contribución Tributaria

Años	En miles dólares	Porcentajes
2012	11263894	12,81%
2013	12757722	13,46%
2014	13616817	13,49%
2015	13950016	14,08%

Fuente: Base de datos SRI. 2016

Como se puede observar en la tabla No.3 las contribuciones cada año se han ido incrementando porcentualmente, lo que indicaría que la Administración Tributaria podría ser eficiente en sus procesos o en su defecto este incremento se deba al surgimiento de nuevos impuestos o el incremento de alguno de los impuestos.

### Discusión

La Constitución Política del Ecuador ordena la construcción de un sistema tributario que promueva una redistribución solidaria y equitativa de la riqueza para todos los ecuatorianos, la misma que hace énfasis en la reducción de la pobreza y la desigualdad social. En este contexto la Administración Tributaria busca fomentar el incremento de los impuestos director sobre los indirectos, lo que se traduce en una mejor progresividad y equidad en la distribución de la riqueza y el cumplimiento tributario.

Una de las directrices para la Administración Tributaria ecuatoriana, enmarcada en el Plan Nacional para el Buen Vivir, busca la priorización de los impuestos directos sobre los indirectos, por este motivo, tanto el control de Impuesto a la Renta de Personas Naturales y Sociedades se convierte en uno de los ejes más importantes de la

Administración Tributaria.

Fortaleciendo la progresividad y la eficiencia del Sistema Tributario, puesto que uno de los fines de vincular la planificación institucional a los objetivos del Buen Vivir es contribuir al cumplimiento de metas nacionales a través de la gestión propia de cada entidad. El Servicio de Rentas Internas se encuentra alineado a dos objetivos de la Agenda intersectorial del Ministerio Coordinador de la Política Económica, tal como se muestra a continuación: Incrementar la progresividad en la distribución y redistribución de la riqueza y mantener la sostenibilidad fiscal.

Las políticas sectoriales de las entidades coordinadas operan en armonía con la Constitución, la estrategia de largo plazo, el Plan Nacional para el Buen Vivir y las Agendas sectoriales; además que son instrumentos para la retroalimentación con la Agenda Sectorial correspondiente, en este contexto el Servicio de Rentas Internas se encuentra alineado a los objetivos, políticas y lineamientos del PNBV.

El tratamiento de los riesgos tributarios es trascendental para el Servicio de Rentas Internas, ya que los esfuerzos están encaminados a lograr un mayor cumplimiento voluntario y veraz de las obligaciones, sin embargo el comportamiento de los contribuyentes se ve afectado por una serie de factores culturales, económicos, psicológicos y sociológicos, desarrollados en determinados entornos, que contribuyen al incumplimiento de estas normas produciéndose elusión, evasión y fraude fiscal.

### **Conclusión**

A partir del diagnóstico de cultura organizacional realizado en el SRI bajo los parámetros establecidos se identificaron que los ervidores públicos han forjado una cultura jerárquica orientada a resultados, es así como surge la necesidad de ajustar los códigos morales y normas de conducta que orientan las acciones de las personas (valores y principios), a fin de fomentar paulatinamente un cambio de cultura organizacional tendiente hacia la innovación y mejora continua.

La aplicación coherente de la normativa tributaria y de los principios constitucionales mediante el análisis de los acontecimientos mundiales en materia de política económica, fiscal y tributaria, con el fin de realizar investigaciones de sostenibilidad fiscal en el Ecuador, análisis de las mejores prácticas tributarias y de incidencia distributiva, económica y fiscal de otros países, de tal manera que se implemente mecanismo de control orientados a mejorar la progresividad, diseñar reformas que promuevan el debate y la sensibilización sobre conductas sociales responsables en pos de una mejor gestión, así como de cultura y moral tributaria, que contribuya al fortalecimiento del pacto fiscal son algunos de los elementos esenciales para el SRI que necesita para concretar sus políticas con el Plan Nacional del Buen Vivir.

### **Agradecimiento**

Se extiende un agradecimiento imperecedero a las personas o instituciones que hicieron posible la elaboración y publicación del presente trabajo; a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, al Servicio de Rentas Internas, y las personas que se encuentran inmersas en el desarrollo del trabajo investigativo.

### **Referencias bibliográficas**

Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Montecristi: Lexus.  
Asamblea Nacional Constituyente,. (2007). Ley Orgánica de Equidad Tributaria . Montecristi: Lexus.  
Banco Interamericano de Desarrollo,. (2015). La eficacia de los incentivos fiscales. Republica Dominicana: BID.

- Consejo de Planificación, (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir. Quito: Lexus.
- Cordón, T. y. (2010). Los Incentivos Fiscales a la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica. Obtenido de [http://www.clmeconomia.jccm.es/pdfclm/cordon\\_16.pdf](http://www.clmeconomia.jccm.es/pdfclm/cordon_16.pdf). Consulta: 08/09/2011.
- Crespo, M. (2010). Progresividad tributaria. Caracas: Eumed.net.
- Ferraz, A. (Agosto de 2013). Apuntes sobre Moral Tributaria. Introducción. Estado del arte. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/255979584\\_Apuntes\\_sobre\\_Moral\\_Tributaria\\_Introduccion\\_Estado\\_del\\_arte](https://www.researchgate.net/publication/255979584_Apuntes_sobre_Moral_Tributaria_Introduccion_Estado_del_arte)
- Molina, L. (2005). De la Responsabilidad Social Empresarial a la Responsabilidad Social Universal. Venezuela: Alianza Social de Venamcham.
- Rodríguez, M. (2016). El procedimiento de recaudación. Barcelona: Agapea.



# Plan estratégico para la sostenibilidad en el mercado, y fortalecimiento en áreas administrativas financieras en las asociaciones agropecuarias

**Silvia Gabriela Barrionuevo Banzates**

Universidad Estatal De Bolívar

silvigaby8@yahoo.es

**Paola Estefania Albán Trujillo**

Universidad Estatal De Bolívar

palban@ueb.edu.ec

**Araceli Beatriz Lucio Quintana**

Universidad Estatal De Bolívar

## Resumen

La investigación busca fortalecer la comercialización de las asociaciones agropecuarias para lograr la sostenibilidad en el mercado, pues la investigación aborda la inexistencia de un plan estratégico en las asociaciones agropecuarias para la comercialización de maíz, partiendo de una breve discusión teórica y una presentación de resultados agrupados. Los aspectos que desencadenan una inadecuada comercialización del maíz que enfatiza algunos parámetros denotados por las organizaciones como los bajos ingresos por ventas, la incertidumbre de los precios establecidos para la venta, los cuales presenta dificultades, con el fin de determinar el comportamiento de la sostenibilidad en el mercado. La investigación exploratoria y descriptiva reflejó el resultado de esta indagación sobre las herramientas administrativas y financieras que aportan técnicas y estrategias que permitan lograr la sostenibilidad de los productores de maíz en el mercado. Se determinó que las organizaciones apliquen un plan estratégico que permita una actuación que consista en aclarar lo que pretenden conseguir y cómo pueden conseguirlo, es necesario el diseño de estrategias a aplicarse para el mejoramiento de la comercialización en las organizaciones.

**Palabras Claves:** Plan Estratégico, Mercado, Administrativa Financiera, Asociaciones Agropecuarias, Comercialización.

## Abstract

The research seeks to strengthen the commercialization of agricultural associations to achieve sustainability in the market, since the research addresses the lack of a strategic plan in the agricultural associations for the commercialization of maize, starting from a brief theoretical discussion and a presentation of pooled results. The aspects that trigger an inadequate commercialization of maize that emphasizes some parameters denoted by the organizations as the low sales revenues, the uncertainty of the established prices for the sale, which presents difficulties, in order to determine the behavior of the sustainability in the market. The exploratory and descriptive research reflected the result of this investigation on the administrative and financial tools that provide techniques and strategies to achieve the sustainability of maize producers in the market. It was determined that the organizations implement a strategic plan that allows an action that consists in clarifying what they intend to achieve and how they can achieve it, it is necessary to design strategies to be applied for the improvement of marketing in organizations.

**Keywords:** Strategic Plan, Market, Financial Administrative, Agricultural Associations, Marketing.

## **Introducción**

Este proyecto contribuye a solucionar el desconocimiento, la inexistencia de herramientas administrativas al estilo del marketing y en específico la dirección estratégica en ventas, capaz de diseñar vías y estrategias de ventas, en este caso el maíz ayudando a la sostenibilidad productiva y la garantía del bienestar de vida de los productores a nivel nacional.

Este instrumento titulado “dirección estratégica en ventas”, facilita la toma de las decisiones de la administración financiera en cuanto a ventas y comercialización se refiere, e impide excesos productivos no vendibles ni deterioros del maíz almacenado

## **Segmentación de mercado**

(Monferrer Tirado, 2013) Las empresas que deciden operar en mercados amplios reconocen que, normalmente, no pueden atender a todos los clientes, porque son demasiado numerosos y dispersos, y porque sus exigencias son muy diferentes. Por ello, en lugar de competir en todos los sitios, con frecuencia enfrentándose a competidores superiores, necesitan identificar los segmentos de mercado más atractivos que pueden servir eficazmente. En este sentido, segmentar es diferenciar el mercado total de un producto o servicio en grupos diferentes de consumidores, homogéneos entre sí y diferentes a los demás, en cuanto a hábitos, necesidades y gustos, que podrían requerir productos o combinaciones de marketing diferentes. Estos grupos se denominan segmentos y se obtienen mediante diferentes procedimientos estadísticos, a fin de poder aplicar a cada segmento las estrategias de marketing más adecuadas para lograr los objetivos establecidos a priori por la empresa. (p. 57)

## **Comercialización**

(Caldentey, 2004) Conceptualizan a la comercialización agraria como: “El proceso que lleva a los productos desde la explotación agraria hasta el consumidor. La comercialización es un conjunto de actividades realizadas por los productores, sean estos asociados o individuales; un proceso que se da en dos planos: Micro comercialización y macro comercialización. La primera observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales. La otra considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución” (p. 8).

## **Canales de distribución**

(Paz, 2008) Podemos en forma sencilla definir un canal de distribución para un producto o servicio, como todas las actividades necesarias para poner el producto al alcance del consumidor meta, con el objetivo de facilitar su compra.

Este proceso incluye al conjunto de individuos u organizaciones que participan en el cumplimiento de estas actividades, pudiendo o no tomar derechos sobre la mercadería; a las relaciones que se establecen entre ellos y a los caminos alternativos que puedan utilizarse para cumplir con este objetivo. En otras palabras, los canales de distribución proveen los medios por los que las mercaderías y servicios son trasladados desde su punto de concepción, extracción, o producción hasta los lugares de consumo, facilitando así la tarea de compra por parte del consumidor final.

(Limas, 2012) Afirma es el canal más corto para la distribución de los bienes de consumo. Se da entre el fabricante/productor y el consumidor final intermediario. Ejemplo panaderías.

(Baena Graciá, 2011) El canal indirecto se caracteriza por la existencia de intermediarios entre el fabricante y el consumidor final. A su vez, el canal indirecto puede ser largo (intervienen muchos intermediarios, mayoristas,

minoristas, etc.), o corto (existe un único intermediario entre fabricante y usuario final).

### **Situación Económica**

Es la expresión más aproximada del buen funcionamiento de una empresa. El mayor valor se obtiene de los flujos de caja futuros que la empresa espera generar: el mejor saldo positivo entre las entradas y salidas de efectivo proyectadas, y descontadas al valor de hoy. La situación económica también es el resultado de la gestión comercial, operativa y administrativa, que finalmente se traduce en la utilidad operativa. Por otro lado, entendemos como una situación financiera saludable cuando la empresa puede atender oportunamente sus compromisos de pago, ya que la situación financiera está vinculada a las condiciones de liquidez. Es consecuencia de que tan favorables se presentan las entradas y salidas de efectivo, derivadas de las actividades de operación, inversión y financiamiento. (Sala, 2016)

(Vizcarra Cifuentes, 2014) Instrumento que permite a una persona allegarse los bienes necesarios para su bienestar. Recursos que perciben las personas, sociedades o gobiernos por el uso de riqueza, trabajo humano o cualquier otro motivo que incrementa su patrimonio. En el caso del sector público, son los montos de dinero provenientes de los impuestos, derechos, productos y aprovechamientos, y financiamientos internos y externos. (p.185)

(Paul G. Keart, 2004) Son actividades económicas todos los procesos que tienen lugar para la obtención de productos, bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular. (Pag. 404)

### **Agricultura**

(Barth, 1993) Manejo del suelo para producir alimentos y plantas útiles para las industrias de la alimentación y del vestido. Es una de las actividades más importantes para la economía de un país, y el mejorar las técnicas de producción y las condiciones humanas del agricultor constituye una de las constantes preocupaciones de los gobiernos. El mayor rendimiento de las tierras se encuentra íntimamente relacionado con las características del suelo, el nivel de agua freática y el clima (Pag 9).

La demanda de productos agrícolas en el mundo crece exponencialmente entre tanto, se conoce que hay una insuficiencia de oferta agrícola por lo que es necesario que existe un consenso entre asociaciones que le den importancia de la participación de los productores.

Con estas necesidades el Ministerio de Agricultura y Ganadería, a través de las Direcciones Provinciales, contribuye a optimizar la dinámica socio productiva y económica de los pequeños agricultores de las provincias, fomentando el Buen Vivir y la Soberanía Alimentaria.

### **Importancia del problema**

Constituye una necesidad este estudio a partir de la vulnerabilidad de la Asociación Agropecuarias en garantizar la sostenibilidad del mercado y estabilidad administrativa. Esta situación afecta directamente en el bienestar y calidad de vida por cuanto es el principal rubro de ingresos.

Es por ello la necesidad del aprendizaje de los miembros y la capacitación a impartir en materia de prácticas de la mercadotecnia, entrenando a los directivos en el enfoque del plan estratégico.

Se concreta en la estabilidad de las ventas y aumento de la cartera de clientes a partir de implementar estrategias administrativas financieras

Por cuanto no existen antecedentes de intentos en comprender las tendencias en procesos administrativos y planeación estratégica, se impone capacitar a todos en estos campos de la ciencia.

Para la sostenibilidad de las Asociaciones implica el bienestar de vida de la comunidad productora y propia existencia de las Asociaciones se exige conocimiento y en especial de los procesos administrativos, por ello la importancia de esta capacitación

Dada la situación actual y tendencias de disminución de la comercialización del maíz producido en las asociaciones agropecuarias, además de la pobre gestión administrativa al no aplicar los principios y procesos administrativos.

Estos productores podrán estimar el volumen de sus cosechas; pues lograran sostenibilidad en las ventas y comercialización del maíz; Asociación por cuanto poseerá herramienta administrativa relacionada con la planeación estratégica a partir de reconocer estrategias administrativas.

Es posible este estudio por la propia solicitud de la Asociación y voluntad demostrada en adoptar enfoques científicos de administración y en este caso la adopción de las herramientas y conocimientos de la administración que permitan la sostenibilidad las Asociaciones Agropecuarias en especial la planeación estratégica y el marketing.

Disponibilidad de las herramientas, principios, adopción de mejores prácticas administrativas, de mercadeo, y planeación estratégica ello implica la sostenibilidad de la Asociaciones.

### Gestión estadística que fundamenta la necesidad, importancia de esta investigación

**Tabla 1.** Estadística anual de los comportamientos de las producciones y comercialización del maíz

Año	Producciones declaradas	Ventas ejecutadas corto mediano plazo (1-3) meses	Ventas maíz almacenado largo tiempo (4-7) meses	Pérdidas y mermas almacenamiento
	Qq	Qq	qq	qq
2012	640	571	67	2
2013	560	480	76,5	3,5
2014	480	392,7	83,2	4,1
2015	399	267,8	126,5	4,7

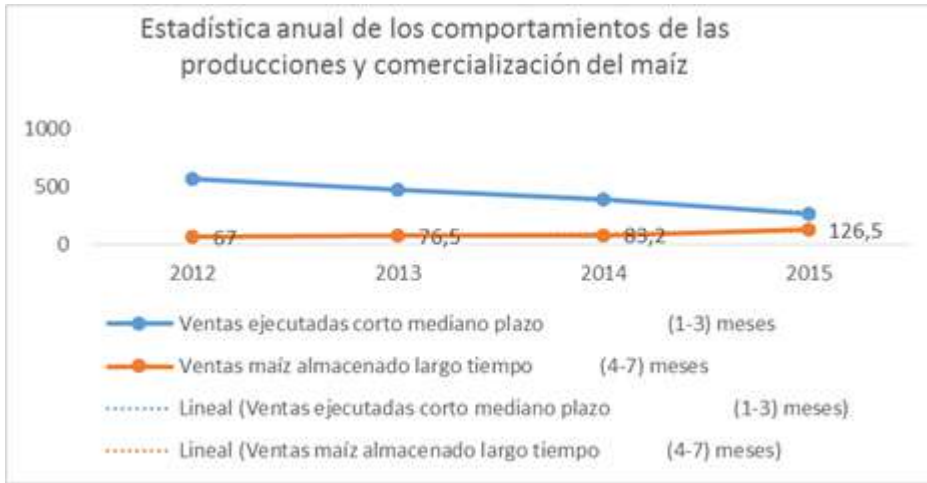
Fuente: Estadísticas Asociación

**Tabla 2.** Relación producción anual vs Ciclos de venta

	Relación Producción vs Ventas corto plazo	Relación Producción vs Ventas largo plazo
2012	89,22	10,47
2013	85,71	13,66
2014	81,81	17,33
2015	67,12	31,70

Fuente: Estadísticas Asociación

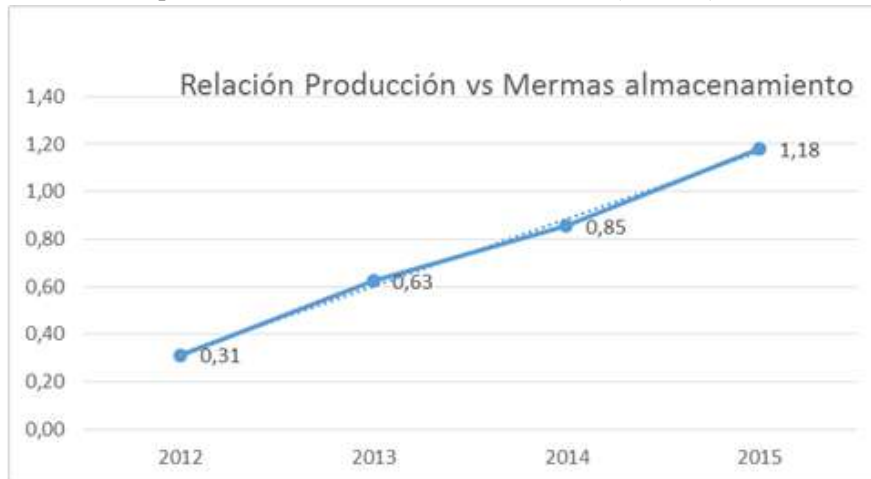
**Gráfico 1.** Estadística anual de los comportamientos de las producciones y comercialización del maíz



**Tabla 3.** Relación de las pérdidas en bodega (mermas del producto) vs producción

	<i>Relación Producción vs Mermas almacenamiento</i>
2012	0,31
2013	0,63
2014	0,85
2015	1,18

**Gráfico 2.** Representación de las tendencias Pérdidas (mermas) vs Producción



### Análisis de las estadísticas

- La tendencia de producción es decreciente
- La tendencia de ventas a corto plazo ha sido estable hasta 2014, donde cae la producción y ritmo de ventas en el 2015
- Existe mercancía almacenada cuya tendencia a largo plazo aumenta
- Aunque no son significativas las pérdidas de maíz en bodega, se destaca la tendencia al incremento de estas debido al desconocimiento de manejo de bodega

## Metodología

Es un estudio de tipo bibliográfico documental por cuanto parte de un sustento teórico, para ser complementado con la indagación exploratoria y descriptiva, en la investigación se empleó la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de datos desarrollando un estudio de campo in - situ, y para la validez de la encuesta se consideró los parámetros que consiernen un plan estratégico. La población considerada para el estudio fueron las estructuras agropecuarias de la Provincia Bolívar que está integrada por 80 miembros de la asociación. La encuesta fue realizada de manera presencial a través de la técnica del cuestionario a cada uno de los respresentantes de las distintas asociaciones, la mixtura cuantitativa y cualitativa de la investigación se enuncia al indagar el problema planteado y la necesidad de justificar éste con los datos obtenidos.

Por otra parte se considera un estudio de la política y estrategia de ventas y comercialización del maíz en las asociaciones, determinando los tipos de clientes y demandas por períodos, identificando que no existe paquete de enseñanza de los principios del marketing y la dirección estratégica en ventas de acuerdo al estudio previo

Los indicadores necesarios para analizar el caso de estudio de las asociaciones agropecuarias fueron este:

### Indicador de aplicación del plan estratégico

$$\text{plan estrategico} = \frac{\text{numero de acciones implementadas}}{\text{acciones estrategicas tomadas}} \times 100$$

### Indicador de capacitación

$$\text{capacitacion} = \frac{\text{numero de capacitaciones ejecutadas}}{\text{total del plan de capacitacion}} \times 100$$

$$\text{Asistencia} = \frac{40}{40} \times 100$$

$$\text{Asistencia} = 100\%$$

### Indicador de participación de productores

$$\text{Asistencia} = \frac{\text{Participantes}}{\text{Total número de Productores}} \times 100$$

$$\text{Asistencia} = \frac{40}{40} \times 100$$

$$\text{Asistencia} = 100\%$$

### Indicador de aplicación de estrategias

$$\text{aplicacion de estrategias} = \frac{\text{Participantes}}{\text{Total número de Productores}} \times 100$$

## Resultados

De los datos que arroja la investigación podemos determinar los siguientes resultados:

De 80 miembros de la Asociación de Coproductores de Maíz, el 56% manifiesta que hay un escaso conocimiento en métodos administrativos a la hora de almacenar, clasificar y comercializar el maíz, el 25% expresa que si posee conocimientos básicos, en tanto que el 19% dice que conoce de los procesos.

El 84% manifiesta que hay un escaso manejo de los procedimientos y registros de desempeño en cuanto al manejo de bodega, el 11% expresa que si cuentan con registros básicos, en tanto que el 5% enuncia que si aplica

los procedimientos y registros establecidos.

El 90% manifiesta que hay una escasa planificación en la elaboración de un plan de ventas y mercadeo, y el 10% expresa que conoce lo básico sobre las ventas.

El 57% manifiesta que hay un escaso conocimiento de los segmentos de mercado y comportamiento de la competencia, en tanto que el 23% expresa que si posee conocimientos básicos.

El 72% manifiesta que hay una escasa política establecida de talento humano para seleccionar a los más capaces, el 23% expresa que si poseen una política básica, en tanto que el 5% expresa que si se aplica las políticas establecidas.

El 77% manifiesta que hay una insuficiencia en el manejo del departamento de talento humano que se ocupa de la seguridad y salud ocupacional, en tanto el 23% expresa que existe conocimientos básicos.

El 71% indica que hay una escasa manifestación en planes de capacitación y desarrollo de las mejores prácticas de cultivo y cuidado del maíz, en tanto que el 29% expresa que tiene conocimientos básicos.

El 57% expresa que hay una insuficiente practica en el manejo de la legislación actual vigente que ampara nuestro trabajo, en tanto el 4%, en tanto el 43% indica que si cuentan conocimientos básicos.

El 32% manifiesta que hay una escasa recopilación legislativa por parte de la dirección de la empresa, el 65% expresa que hay una recopilación básica, en tanto que el 3% indica que si se aplica.

El 80% indica que hay una escasa capacitación, charlas y seminarios de cómo interpretar esta legislación, en tanto que el 20% manifiesta que hay un conocimiento básico.

Esto nos refleja que es necesario proveer un servicio de enseñanza, aprendizaje y entrenamiento al aplicar las estrategias de ventas y comercialización, con una asesoría en la dirección de la Asociación a la hora de la toma de las decisiones incluyendo las estrategias de ventas y comercialización diseñadas

### **Discusión**

La planeación estratégica es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las Asociaciones Aropecuarias con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo.

Los planes estratégicos han de contar con un cierto presupuesto disponible, por lo que es esencial la correcta determinación de los objetivos a cumplir en este proyecto. De lo contrario, el dinero puede no ser suficiente para alcanzar las metas y la planeación estratégica falla.

Por otra parte, el tiempo existente entre esta investigación en las Asociaciones agropecuarias, la inversión en la mejora y su introducción del producto al mercado se acorta, con un ciclo de vida de los productos cada vez más breve. Por eso, la planeación estratégica pasa a ser una faceta fundamental en esta empresa o Asociaciones en su búsqueda de mayor competitividad.

De esta forma, la planeación estratégica que se pretende sugerir a la dirección de la Asociación se focaliza en qué hacer (las estrategias) para alcanzar los objetivos perseguidos en función de las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

En este sentido, es importante que todas las personas en estas Asociaciones Agropecuarias -vinculadas a la gerencia-, puedan desarrollar sus conocimientos y comprender con exactitud las necesidades de estas Asociaciones, para que la planeación estratégica les permita interactuar con un mundo dinámico y en constante evolución.

### **Conclusiones**

El propósito del proyecto es a partir de proveer un plan estratégico de comercialización y ventas, con el cual se logrará estabilidad en los ingresos gracias a la sostenibilidad en las ventas a partir de la negociación y establecimiento de precios normalizados.

Y con ello se acelerará la rotación de los inventarios minimizando las pérdidas por deterioros y volúmenes discretos de almacenamiento, estabilizando la retribución de los ingresos, manteniendo y elevando el bienestar y la calidad de vida de los productores.

Los indicadores asumidos, permiten medir el impacto del proyecto desde las perspectivas de cantidad, calidad y tiempo, como se detalla a continuación:

### **Indicador de cantidad**

Es la relación cuantitativa de la producción total y las ventas a corto y mediano plazo, estimado de 1-3 meses. Se expresa:

% de ventas ejecutadas en el período entre el total de la producción contabilizada.

Ingresos brutos en las ventas del maíz a corto mediano plazo, expresado en \$.

Aumento del bienestar de vida en 10% al 2017

**Los indicadores cualitativos** se expresan como:

Rotación del inventario atendiendo a la calidad del maíz vendido a corto plazo. Se expresa como Ventas de lotes maíz / Producción total

Índice de deterioro del producto almacenado a largo plazo, expresado en %

**Los indicadores de tiempo** se expresan como:

Relación de ventas en intervalos de tiempo expresados en  $\sum qq/\text{tiempo determinado}$ .

Tiempo de recuperación de la producción expresado como Ingresos netos/Costos totales.

Tiempo de recuperación del bienestar de vida de los productores, expresado como dinero obtenido/gastos individuales productivos

Con esto antecedentes hemos llegado a la conclusión de que es preciso desarrollar estrategias de mercadeo que propicien mayor cartera de clientes y por consiguiente ingresos, además la tardanza de ventas y aumento de los ciclos de venta perjudican la economía de los productores y arriesgan la calidad del producto.



Por lo que la gestión de bodega se debe mejorar a partir de identificar los lotes de arribo de las producciones, la rotación de ventas y manejo del producto, y así lograra un impacto de cambio en la administración financiera evitando deterioros de mercadería que afecten a la utilidad.

## Referencia

Barth, S. (1993). *Agroecología Aplicada*. Helvetas.

Baena Graciá, V. (2011). *Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial*. Barcelona: UOC.

Caldentey, P. G. (2004). *Comercialización de productos agrarios*. Madrid: agrícola española.

Limas, S. (2012). *Marketing Empresarial dirección como estrategia competitiva*. Colombia: Ediciones de la U.

Monferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. Castellón: Servei de Comunicació.

Paz, H. R. (2008). *Canales de distribución: gestión comercial y logística* (3a. ed.). Buenos Aires: Ugerman.

Paul G. Keart, P. K. (2004). *Economía de Empresa - Cuarta Edición*. México: Enrique Quintanar Duarte.

Sala, R. (09 de 09 de 2016).

<http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2016/09/09/la-situacion-economico-y-financiera-de-una-empresa/>. (conexionesan, Productor) Recuperado el 22 de 05 de 2017, de

<http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2016/09/09/la-situacion-economico-y-financiera-de-una-empresa/>.

Vizcarra Cifuentes, J. L. (2014). *Diccionario de economía: términos ideas y fenómenos económicos*. México: Patria.

# CAPÍTULO VII

## ENPRENDIMIENTO SOCIAL



## Incentivos tributarios en emprendimientos ecuatorianos

**Cecilia Vélez Barros**

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

cecilia.velezba@ug.edu.ec

@cu.ucsg.edu.ec

**Beatriz Loor Ávila**

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

beatriz.loor@cu.ucsg.edu.ec

**Gabriela Aizaga Castro**

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

gabrielaaizaga@yahoo.com

### Resumen

En Ecuador han existido cambios en las leyes de régimen tributario y ley de incentivos tributarios para fomentar el emprendimiento en el Ecuador. La implementación de incentivos tributarios tiene como fin máximo la consecución de varios objetivos; entre ellos: a) atraer inversión, nueva tecnología o generar empleo, b) promover el desarrollo de determinadas industrias consideradas estratégicas por el estado, c) preparar y desarrollar el capital humano, d) permitir el desarrollo de sectores atrasados, e) reconstruir zonas afectadas por desastres naturales.

Los principales incentivos que establece la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno tanto para personas naturales como jurídicas son el impuesto a la renta, el impuesto a la salida de divisas y el impuesto al valor agregado, aplicado en el 2010 con la expedición del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones.

La investigación mantuvo un enfoque cuantitativo, considerando la realización de encuestas a emprendedores en la ciudad de Guayaquil, con el fin de conocer si éstos se han acogido a los beneficios tributarios. Los resultados obtenidos llevan a creer que se necesita de mayor difusión de los incentivos que el gobierno ofrece a los emprendimientos nacionales, con el fin de cumplir con los objetivos anteriormente mencionados.

**Palabras claves:** Incentivo tributario, impuesto a la renta, impuesto a la salida de divisas, impuesto al valor agregado, Emprendimiento.

### Abstract

In Ecuador there have been changes in the Tax Regime Laws and tax incentives law to encourage entrepreneurship in Ecuador. The implementation of tax incentives has as maximum aim the attainment of several objectives; including: a) attracting investment, new technology or generating employment, b) promoting the development of certain industries considered strategic by the state, c) preparing and developing human capital, d) enabling the development of backward sectors, e) rebuilding areas affected by natural disasters.

The main incentives established by the Internal Tax Regime Organic Law for both natural and legal persons are the income tax, the tax on foreign exchange and the value added tax, applied in 2010 with the issuance of the Organic Code of Production, Trade and Investment.

The research maintained a quantitative approach, considering the conduct of surveys to entrepreneurs in the

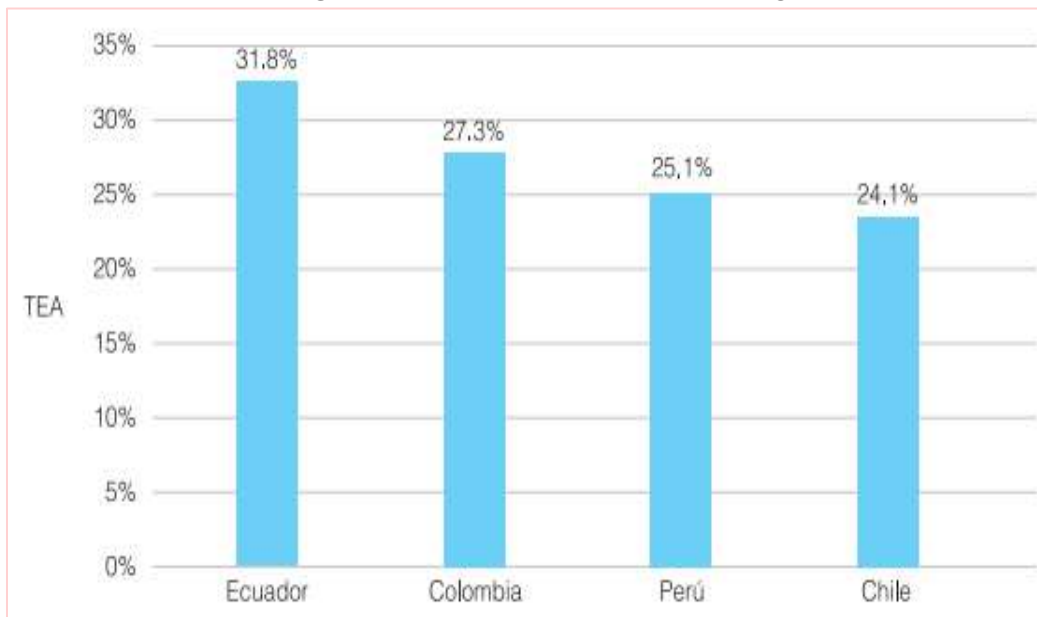
city of Guayaquil, in order to know if they have benefited from the tax benefits. The results obtained lead to the belief that the incentives that the government offers to national enterprises need to be more widely disseminated in order to fulfill the previous objectives.

**Keywords:** Tax incentive, income tax, tax rate foreign exchange outflow, value added tax, entrepreneurship.

### Introducción

De acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor (GEM 21016), Ecuador es el país más emprendedor de la región, siendo el índice de actividad emprendedora temprana o TEA del 31.8%, quedando en segundo lugar Colombia con el 27.3%, Perú con el 25.1% y Chile con el 24.1% como se presenta en la siguiente figura:

**Figura 1.** Países con TEA más alta en la región



**Nota:** (ESPAE, 2016)

Según el estudio, el 20.8% de la población adulta afirmó haber emprendido aprovechando una oportunidad, mientras que un 8.9% lo hizo por necesidad, mismo que nace de la contracción económica y desempleo. Entre los negocios nacientes predominan aquellos motivados por la oportunidad de mejora 39.43%, los negocios nuevos se ven en mayor proporción motivados por la necesidad 49%, mientras que un 43% de los propietarios de negocios establecidos manifiestan haber emprendido también por necesidad y por oportunidad. Es decir que ambos grupos tienen como motivación principal incrementar sus ingresos e independizarse, sin miras a la creación de plazas de trabajo. (ESPAE, 2016)

Con el fin de cambiar este escenario, el gobierno ecuatoriano se ve obligado a establecer reglas para la aplicación de incentivos tributarios a los emprendimientos del Ecuador, con estos incentivos se pretende impulsar el desarrollo de sectores industriales estratégicos que aporten a la transformación productiva del país, con el fin de elevar su nivel de competitividad hacia el resto del mundo.

El objetivo del presente documento es dar a conocer los incentivos tributarios que ofrece el gobierno ecuatoriano a los emprendimientos, así como de los beneficios de alto impacto en los emprendedores que han aplicado uno de los tres incentivos tributarios estudiados en el presente artículo.

## **Introducción al problema**

El emprendimiento es una palabra que se encuentra en apogeo en nuestro país, pues a través de este se generan nuevos proyectos que por lo general tienen un fin económico y trae consigo de manera inherente incertidumbre.

El emprendimiento no es simplemente la creación de un nuevo negocio para obtener un beneficio económico, éste requiere de una serie de pasos para lograr los objetivos establecidos, entre éstos tenemos: i) motivación, ii) innovación considerando las necesidades que se hayan detectado, iii) situación actual del emprendedor y finalmente iv) la ganancia que se obtendría en base a la planificación operativa.

Considerando que la innovación es uno de los pasos que se requiere para la obtención de los objetivos de un emprendimiento, el gobierno ecuatoriano ha tomado medidas de apoyo a los emprendedores ecuatorianos para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Con lo anteriormente expuesto, se plantea la siguiente hipótesis, misma que será verificada en el desarrollo del presente documento:

Hipótesis: Los incentivos tributarios que el gobierno ecuatoriano otorga a los emprendimientos, ayudan al desarrollo de los emprendimientos dinámicos.

### **Objetivo Primario**

- Demostrar que la aplicación de los incentivos tributarios generan un alto impacto en el desarrollo de las operaciones de los emprendimientos.

### **Objetivo Secundario**

- Dar a conocer las reformas de incentivos tributarios que Ecuador ha establecido para el desarrollo de los emprendimientos en Ecuador.

## **Importancia del problema**

Con el fin de optimizar los ingresos del estado y promover el desarrollo del emprendimiento dinámico, dejando a un lado el micro- emprendimiento. El Ecuador ha estado aplicando incentivos tributarios hace algunos años, los cuales han sido destinados a ciertas áreas y personas por ser definidas como especiales de acuerdo al caso. Dichos incentivos se rigen desde el año 2005 bajo la Ley de beneficios tributarios para nuevas inversiones productivas, generación de empleo y prestación de servicios.

Entre los incentivos que se estudiaron en el presente trabajo tenemos las devoluciones del impuesto a la renta (IR), impuesto a la salida de divisas (ISD) e impuesto al valor agregado (IVA). La devolución del IR es dirigida a personas naturales como jurídicas, aplicado en el 2010 con la expedición del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones. Las importaciones de las materias primas, insumos y bienes de capital que sean incorporados en procesos productivos, y que generen pagos realizados por concepto de ISD se constituirán en crédito tributario del IR. Las personas que hayan retornado dinero al país para destinarlo a inversiones productivas, y después de dos años desean sacar el mismo monto, no pagarán el ISD. En el caso del IVA, se aplica a las personas naturales y sociedades exportadoras que hayan pagado y retenido el IVA en la adquisición de bienes que exporten, materias primas, insumos y servicios utilizados en los productos elaborados y exportados por el fabricante. Una vez realizada la exportación, el contribuyente solicitará al Servicio de Rentas Internas (SRI) la devolución correspondiente acompañando copia de los respectivos documentos de

exportación; todo esto forma parte de incentivos tributarios.

La matriz productiva en Ecuador se ha caracterizado por la producción de bienes primarios para el mercado internacional, con poca o nula tecnificación y, al mismo tiempo, nuestro país es un importador de bienes y servicios de mayor valor agregado. Los incentivos tributarios que están dirigidos a fomentar el emprendimiento ya se encuentran establecidos en la ley. En la actualidad varios países de América Latina, y entre éstos Ecuador, ha puesto en marcha el uso de incentivos tributarios como una herramienta para promover el desarrollo económico. Los incentivos tributarios aplicados al emprendimiento y transformación de la matriz productiva generan e impulsan una producción con mayor valor agregado, encaminados a potencializar servicios basados en el conocimiento y la innovación.

### **Revisión de la literatura**

Para la aplicación de estos incentivos es necesario conocer la categoría bajo la cual el emprendedor desarrollará sus actividades de operación para poner en marcha su negocio. De acuerdo al Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones existen tres clases de incentivos:

1. Generales. De aplicación para las inversiones que se ejecuten en cualquier parte del territorio nacional.
2. Sectoriales y para el desarrollo regional equitativo. Para los sectores que contribuyan al cambio a la matriz energética, a la sustitución estratégica de importaciones, al fomento de las exportaciones, así como para el desarrollo rural de todo el país, y las zonas urbanas.
3. Para zonas deprimidas. Además de que estas inversiones podrán beneficiarse de los incentivos generales y sectoriales antes descritos, en estas zonas se priorizará la nueva inversión otorgándole un beneficio fiscal mediante la deducción adicional del 100% del costo de contratación de nuevos trabajadores, por cinco años. (Asamblea Nacional, 2010)

### **Impuesto a la Renta**

En lo que se refiere a la aplicación de este incentivo es necesario hacer ciertas consideraciones:

1. Diferenciación marcada en la tarifa del impuesto a la renta, en lo que respecta a personas naturales que pueden llegar hasta el 35%, y las sociedades 22%.
2. Intereses pagados por trabajadores por concepto de préstamos realizados por la sociedad empleadora para que el trabajador adquiera acciones o participaciones de dicha empleadora, mientras el empleado conserve la propiedad de tales acciones.
3. Exoneración del pago del impuesto a la renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas. Las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código de la Producción así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión. Las inversiones nuevas y productivas deberán realizarse fuera de las jurisdicciones urbanas del cantón Quito o del cantón Guayaquil, y dentro de los siguientes sectores económicos considerados prioritarios para el Estado:
  - Producción de alimentos frescos, congelados e industrializados;
  - Cadena forestal y agroforestal y sus productos elaborados;
  - Metalmecánica;
  - Petroquímica;
  - Farmacéutica;
  - Turismo;

- Energías renovables incluida la bioenergía o energía a partir de biomasa;
  - Servicios Logísticos de comercio exterior;
  - Biotecnología & Software aplicados; y,
  - Los sectores de sustitución estratégica de importaciones y fomento de exportaciones, determinados por el Presidente de la República.
4. Exoneración del pago de anticipo de impuesto a la renta por cinco años, las personas naturales tienen el limitante, es únicamente para aquellas que lleven contabilidad. Las personas naturales se encuentran obligadas a llevar contabilidad cuando cumplen las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a 15 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta, en lo que respecta al 2017 sería un valor de US\$169.350, o que inician con un capital propio mayor a 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta sería un valor de US\$101.610, si sus costos y gastos han sido mayores a 12 fracciones básicas desgravadas de impuesto a la renta sería un valor de US \$ 135.480, lo que implica que se reduce el uso de incentivos en emprendimientos que no cumplan con las características anteriormente mencionadas. (Asamblea Nacional, 2010)

#### **Impuesto al valor agregado**

Este incentivo va dirigido a las zonas deprimidas o como también de las denomina Zonas Especiales de Desarrollo Económico (ZEDEs) y a los contribuyentes dedicados al transporte de carga extranjero, teniendo las siguientes consideraciones:

1. Transferencias e importaciones con tarifa cero (0%).- Importaciones realizadas por operadores de ZEDEs, siempre que los bienes importados sean destinados de manera exclusiva a la zona autorizada, o que tenga aportación al proceso de transformación de la matriz productiva.
2. Los contribuyentes que tengan como giro de su negocio el transporte de carga al extranjero, que hayan pagado IVA en la adquisición de combustible aéreo, tienen derecho a crédito tributario exclusivamente por dicho pago.
3. Tienen derecho al crédito tributario los fabricantes, por el IVA pagado en la adquisición local de materias primas, insumos y servicios destinados a la producción de bienes para la exportación, que se agregan a las materias primas internadas en el país bajo regímenes aduaneros especiales. (Dirección Nacional Jurídica, 2004)

#### **Impuesto a la salida de divisas**

Este incentivo es aplicable cuando:

1. Están exonerados los pagos realizados al exterior, por concepto de la amortización de capital e intereses generados sobre créditos otorgados por instituciones financieras internacionales, con un plazo mayor a un año y con una tasa de interés inferior a la tasa de interés activa referencial a la fecha del registro del crédito.
2. Asimismo, habrá exoneración sobre los pagos realizados al exterior por parte de administradores y operadores de las Zades, tanto por concepto de importaciones de bienes y servicios relacionados con su actividad autorizada, así como para la amortización de capital e intereses generados sobre créditos que les hayan otorgado instituciones financieras internacionales, con un plazo mayor a un año y una tasa de interés inferior a la tasa de interés activa referencial a la fecha del registro del crédito. (Asamblea Nacional, 2010)

Una vez conocidas las condiciones que debe cumplir un emprendimiento para aplicar los incentivos tributarios, se hace una indagación a un grupo de emprendedores, con el fin de comprobar que esta ley ha sido difundida, conocida y aplicada.

## Metodología

Para realizar este trabajo fue necesario seleccionar una muestra, en esta ocasión nos hemos centrado en quiénes serán objeto de estudio o más conocida como unidades de estudio que son denominadas también casos o elementos. (Hernández & Fernández, 2014). El objetivo de nuestra indagación fue determinar el nivel de conocimiento que tienen los emprendedores ecuatorianos respecto a los incentivos tributarios que ofrece el gobierno ecuatoriano y el impacto en el desarrollo de sus operaciones, siendo lo más factible interrogar a un grupo de emprendedores como objetivo de la investigación. La metodología utilizada mantuvo un enfoque cuantitativo, mediante la aplicación de encuestas a un grupo específico de personas, definiendo lo siguiente:

Características de la población

Sexo: Femenino/Masculino

Edad: 18 y 65 años

Estado Civil: Indistinto

Lugar: Guayaquil

Formulario aplicado: Ver Figura #2 en sección de anexos

## Resultados

En esta sección se presentan los resultados de la encuesta aplicada a 69 emprendedores que participaron en una feria de emprendimiento en diciembre de 2016 en la ciudad de Guayaquil.

**Tabla 1.** Pregunta 1: Indique su rango de edad

		Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	18 a 25 años	8	12%	12%
	26 a 40 años	45	65%	77%
	41 a 65 años	16	23%	100%
	65 años en adelante	0	0%	-
<b>Total</b>		69	100%	-

**Tabla 2.** Pregunta 2: ¿Hace cuánto tiempo ejecutó su proyecto de emprendimiento?

		Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	En proceso	0	0%	0%
	< 1 año	10	14%	14%
	1 - 3 años	20	29%	43%
	3 - 5 años	21	30%	74%
	> 5 años	18	26%	100%
<b>Total</b>		69	100%	-

**Tabla 3.** Pregunta 3: ¿Cuál es el ámbito geográfico de su proyecto de emprendimiento?



		Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Local	30	43%	43%
	Provincia	14	20%	64%
	Comunidad	0	0%	64%
	Nacional	25	36%	100%
	Internacional	0	0%	-
<b>Total</b>		69	100%	-

**Tabla 4.** Pregunta 4: ¿Cuántas personas/socios se dedican al proyecto?

		Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	1 persona	31	45%	45%
	1 - 2 personas	19	28%	72%
	2 - 3 personas	7	10%	83%
	3 - 5 personas	2	3%	86%
	> 5 personas	10	14%	100%
<b>Total</b>		69	100%	-

**Tabla 5.** Pregunta 5: ¿Cuántos empleados tiene?

		Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	1 empleado	15	22%	22%
	1 - 2 empleados	30	43%	65%
	2 - 3 empleados	14	20%	86%
	3 - 5 empleados	0	0%	86%
	> 5 empleados	10	14%	100%
<b>Total</b>		69	100%	-

**Tabla 6.** Pregunta 6: ¿A qué sector pertenece su proyecto de emprendimiento?

		Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Comercio	44	64%	64%
	Servicios prestados	25	36%	100%
<b>Total</b>		69	100%	-

### Discusión de resultados

De las encuestas aplicadas, se considera destacar los resultados obtenidos de la pregunta 7. ¿Tiene conocimiento de los incentivos tributarios que el gobierno otorga?, ya que esta pregunta presenta el nivel de conocimiento que tienen las personas respecto a los incentivos que el gobierno otorga para el desarrollo de los emprendimientos sostenibles en el Ecuador. Como se puede apreciar en la sección de resultados, el 49% de los emprendedores tienen conocimiento de los incentivos tributarios que ofrece el gobierno ecuatoriano, siendo el impuesto a la

renta el incentivo aplicado en sus negocios como se presenta en la pregunta # 8; además de demostrar que la aplicación de este incentivo ha sido de gran impacto en el desarrollo de las operaciones.

A través de este análisis, se puede apreciar que la aplicación del incentivo del impuesto a la renta (IR), permite a los emprendedores ecuatorianos continuar con sus operaciones mediante la inversión del dinero que se ahorra el emprendedor al no hacer pago del mismo.

### **Conclusión**

La finalidad del presente documento fue dar a conocer los incentivos tributarios que ofrece el gobierno ecuatoriano a los emprendimientos, así como de los beneficios de alto impacto en los emprendedores que han aplicado uno de los tres incentivos tributarios estudiados en este artículo, llegando a la conclusión de que la adecuada difusión de esta ley de incentivos, permitiría a los pequeños empresarios su correcta aplicación y por ende el desarrollo de emprendimientos dinámicos.

### **Agradecimiento**

Agradecemos a las autoridades de las universidades que nos facilitaron información para la realización de este artículo así como a la asociación de emprendedores ecuatorianos que no permitieron concluir con este trabajo.

### **Referencias bibliográficas**

Asamblea Nacional. (29 de 12 de 2010). Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones . Quito, Pichincha, Ecuador.

Dirección Nacional Jurídica. (17 de Noviembre de 2004). Ley orgánica de régimen tributario interno. Ecuador.

ESPAE. (2016). Global Entrepreneurship Monitor.

**Anexos**

**Figura 2.** Formulario aplicado a emprendedores

**ENCUESTA A EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**  
**AÑO 2016**

*Marque con una X la respuesta según corresponda*

1. Indique su rango de edad       18 a 25 años     26 a 40 años     41 a 65 años       65 años en adelante

	En proceso	< 1 año	1-3 años	3 a 5 años	> 5 años
2. ¿Hace cuánto tiempo ejecutó su proyecto de emprendimiento?					
	Local	Provincia	Comunidad	Nacional	Internacional
3. ¿Cuál es el ámbito geográfico de su proyecto de emprendimiento?					
	Sólo yo	Entre 1 y 2 personas	Entre 2 y 3 personas	Entre 3 y 5 personas	> 5 personas
4. ¿Cuántas personas/socios se dedican al proyecto?					
	1 empleado	Entre 1 y 2 empleados	Entre 2 y 3 empleados	Entre 3 y 5 empleados	> 5 empleados
5. ¿Cuántos empleados tiene?					
6. ¿A qué sector pertenece su proyecto de emprendimiento?					
	Sí	No	He escuchado pero no sé de qué se trata		
7. ¿Tiene conocimiento de los incentivos tributarios que el gobierno otorga?					
8. Si su respuesta fue sí, indique el tipo de incentivo aplicado.					
	Alto	Medio	Bajo		
9. ¿Cuál fue el impacto que le dio el incentivo tributario a su negocio?					

*¡Gracias por su tiempo!*

**Tabla 7.** Pregunta 7: ¿Tiene conocimiento de los incentivos tributarios que el gobierno otorga?

		Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Sí	34	49%	49%
	No	20	29%	78%
	He escuchado pero no sé de qué se trata	15	22%	100%
<b>Total</b>		69	100%	-

**Tabla 8.** Pregunta 8: Si su respuesta fue sí, indique el tipo de incentivo aplicado

		Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Alto	34	100%	100%
	Medio	0	0%	-
	Bajo	0	0%	-
<b>Total</b>		34	100%	-

**Tabla 9.** Pregunta 9: ¿Cuál fue el impacto que le dio el incentivo tributario a su negocio?

		Frecuencia	%
<b>Válidos</b>	Impuesto a la renta (IR)	34	49%

# La capacidad emprendedora en el sector comercio informal

Lady Andrea León Serrano  
Universidad Técnica de Machala  
llady@utmachala.edu.ec

## Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo identificar la capacidad emprendedora de los comerciantes del sector informal del cantón de Machala, Provincia de El Oro, consiste en establecer en el análisis de la iniciativa y perseverancia de los comerciantes con referencia a la actividad económica que pertenece, la idea de emprender, toma de decisiones en las mujeres y hombres, ingresos mensuales y aspectos influyentes de alta autoestima, asumir riesgos y el capital de inversión. Se aplicó el modelo de regresión Logit a partir de la variable dependiente capacidad emprendedora, la muestra corresponde a 200 comercios informales activos. Los resultados muestran que los negocios de venta de comida informal son los más influyentes a nivel de este sector, la idea de emprender surge por la necesidad de generar ingresos, la mujer es más emprendedora que el hombre y parte de los aspectos influyentes al momento de emprender es el capital necesario para invertir.

**Palabras Clave:** Capacidad Emprendedora, Emprendimientos, Oportunidad, Necesidad, Sector Informal.

## Abstract

The presenter search work has as main objective to identify the entrepreneurial capacity of the informal sector traders in the canton of Machala, Province of El Oro. The developments established in the analysis of the initiative and perseverance of the merchants with reference to the economic activity Which belongs, the idea of undertaking, decision-making in women and men, monthly income and influential aspects of high self-esteem, risk-taking and investment capital. The Legit regression model was applied from the dependent variable entrepreneurial capacity; this ample corresponds to 200 active informal businesses. The results show that informal food sales businesses are the most influential in this sector, the idea of entre pre near ship arises from the need to generate income; women are more entrepreneur eural than men and part of the influential aspects at the time of to undertake is the necessary capital to invest.

**Keywords:** Entrapper neural Capacity, Entrepreneurship, Opportunity, Necessity, Informal Sector.

## Introducción

Definir la raíz del emprendimiento es complejo, sin embargo, la historia ha conllevado a interpretar que toda idea dio origen a una causa simbólica y significativa para el hombre, por lo que, desde la invención de la rueda, podemos estar hablando de un hombre emprendedor. La evolución con los años ha generado procesos interpretativos que convierten al emprendimiento en modelos empresariales (Hurtado, 2017). La generación de emprendimientos y el impulso del espíritu empresarial son parte de los objetivos de las políticas de gobierno concerniente al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. La Unión Europea ha incorporado la promoción del espíritu empresarial y el lanzamiento de Libro verde del espíritu empresarial enfocado en el fenómeno emprendedor, ante esto Estados Unidos uno de los países con mayor índice de emprendedores, las fundaciones, las universidades y los centros de enseñanza dedican en mantener y difundir la mentalidad emprendedora arraigada a la cultura norteamericana, mientras que las políticas públicas se concentran en mejorar las condiciones del entorno y el fondeo de las empresas (Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2004).

Los contextos económicos, marcan un panorama alentador o áspero, especialmente en las economías donde la

oferta laboral es escasa y los individuos apuestan por sus propias potencialidades humanas y recursos financieros, es decir la escasez de oportunidades de un sector se traduce en expectativas y metas por realizar a través de un emprendimiento comercial, innovador, empresarial, de servicios o social. Emprender es una forma de pensar, sobre todo en personas que asumen los riesgos, que se esfuerzan por convertir sus pensamientos y palabras en acciones que generen valor para sí misma como un elemento enriquecedor para superar dificultades e inspirarse y lograr un cambio positivo en sus vidas como en la sociedad que las rodea (Emprende , 2012).

La informalidad es un fenómeno socioeconómico de gran magnitud, alberga una considerable diversidad y heterogeneidad económica y social, la capacidad emprendedora son los ejes fundamentales para adelantar una estrategia de formalización. Los empresarios, emprendedores del sector informal forman parte del sector privado de la economía y sobre las empresas recae la responsabilidad de generar producto, riqueza y empleo. El crecimiento de la economía informal frente a la formal, resultará inevitable sino se toma las debidas acciones de garantizar el progreso igualitario de la sociedad (Páez, 2009). Según la Organización Internacional del Trabajo, la economía informal comprende tanto al sector informal como al empleo informal, el primero se refiere a las características del negocio y la segunda a las características del puesto, empleo o trabajo (El Telégrafo, 2017).

Según Páez (2009) los estudios sobre la capacidad emprendedora en el sector informal difiere en ciertos aspectos esenciales, especialmente si todos los informales son emprendedores potenciales o que algunos no tienen la capacidad de emprendimiento, pues es una falsa disyuntiva. Un planteamiento importante para ser emprendedor sostiene que el motivo radica en el ser independiente, trabajar por cuenta propia y ser su propio jefe, la decisión también se centra en la insatisfacción con el salario y la necesidad de generar un mayor volumen de ingresos para la familia; de alguna manera constituye, que esta capacidad emprendedora está dispuesta a construir una realidad en una situación actual con posibilidad de desarrollo y crecimiento.

En América Latina, según informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), hay 130 millones de personas en la informalidad (Revista Líderes, 2015). En el 2007, en el Ecuador, el sector informal tomó una nueva definición estadística que comprende a los trabajadores que se encuentran en establecimientos de 10 trabajadores o menos y no tienen RUC o no llevan contabilidad o no tienen cuadernos de cuentas. Así mismo el empleo informal, abarca los patronos y trabajadores por cuenta propia del sector informal, los trabajadores no remunerados, y los asalariados y trabajadores domésticos que no reciben de su empleador seguridad social o seguro médico. En consecuencia, se puede tener empleo informal tanto en el sector formal como en el sector informal y el servicio doméstico. Las evidencias de la informalidad en el mercado laboral demuestran que siete de cada diez ocupados son empleados informales y la mitad están empleados en el sector formal (El Telégrafo, 2017), sin embargo hasta el último censo en el Ecuador se registrar 2.7 millones de personas que trabajan en la informalidad, la proporción de trabajadores en el sector informal en junio 2014 fue de 38.89%, los informales de acuerdo al Instituto nacional de Estadísticas y Censos son quienes trabajan para o constituyen una empresa que no tiene Registro Único de Contribuyentes (RUC) o que no tributa bajo el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (Rise) (Revista Líderes, 2015).

Desde esta percepción, el cantón Machala perteneciente a la provincia de El Oro, está formada por siete parroquias urbanas: Machala, La Providencia, Jubones, Jambelí, Puerto Bolívar, 9 de Mayo y una rural El Retiro (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD), 2015), dinamizan la economía por su sector comercial informal de diferentes actividades económicas, La base central del tema de investigación es identificar la capacidad emprendedora de los comerciantes del sector informal del cantón de Machala,

Provincia de El Oro, considerando las iniciativas de emprender una idea, toma de decisiones en los hombres y mujeres, ingresos mensuales y aspectos influyentes de alta autoestima, asumir riesgos y el capital de inversión.

### **Importancia del Problema**

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2016):

“El sector informal es considerado como un grupo de unidades de producción que, según las definiciones y clasificaciones del Sistema de Cuentas Nacionales de las Naciones Unidas, forman parte del sector de los hogares. Es decir, son empresas (unidades económicas) que pertenecen a los hogares y que no están constituidas en sociedad” (pág. 9).

Las principales causas de la informalidad se deben a la falta de una buena gobernanza, déficit de trabajo decente, alta participación de sector primario en estructura productiva, elevado costo para cumplir con el marco legal y normativo, altas barrera de entrada al sector formal problemas estructurales sociales y culturales, déficit de infraestructura y de buenos servicios públicos y escasa censura social del fenómeno. El 87% de los comerciantes informales tiene una característica que iniciaron su negocio por necesidad, además de los insuficientes programas de apoyo al emprendimiento (Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2013).

Más allá de las definiciones y causas, la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) (2013) explica que la economía informal próspera en un contexto de altas tasas de desempleo, subempleo, pobreza, desigualdad de género y trabajo precario, aunque la mayoría de las personas no se incorporan a la informalidad por elección sino por la necesidad de sobrevivir y el acceso de ingresos básicos. Las investigaciones empíricas han demostrado que algunas de las actividades ofrecen medios de vida e ingresos razonables, expuestas a condiciones inadecuadas e inseguras, altos niveles de analfabetismo e ingresos más inciertos y más bajos que quienes trabajan e economía formal. (Véliz & Díaz, 2014) En su publicación establece que la aportación que pueda tener el desarrollo de una actividad productiva informal al crecimiento productivo del país, a pesar de la escasa formación de capital, el sector informal tiene una incidencia sobre la producción al desarrollar sectores de la economía donde no existe la utilización de manera intensiva de capital.

Villacís (2012) Establece que el sector informal contribuye al crecimiento económico, contribuye a dicho pago de impuestos aunque indirectamente, ya que estos compran sus productos a los comerciantes formales que son los que aportan con la recaudación tributaria. (Talledo & Solòrzano, 2013) Menciona que la microempresa ecuatoriana desde los años noventa ha tenido un crecimiento sostenido, constituyéndose en un sector estructural de la economía de nuestro país, aportando actualmente con el 24% de plazas de trabajo y 17% de producto interno bruto anual del país.

La importancia del estudio es identificar la capacidad emprendedora de los comerciantes del sector informal del cantón de Machala, que para muchos resulta un tema desconocido sobre el comportamiento, características y hábitos que diferencian a este grupo de usuarios a emprender negocios sin la formalidad necesaria, además la problemática que experimentan por las necesidades de no contar con establecimientos comerciales específicos que buscan el sustento económico realizando ventas de productos en las calles y que de alguna manera dinamizan la actividad comercial de la localidad.

### **Actividad económica del Cantón Machala**

Machala es la ciudad de la provincia ecuatoriana de El Oro y la cuarta capital de mayor importancia después de Quito, Guayaquil y Cuenca. Es una ciudad comercial, el comercio es la fuente principal de ingreso de los

habitantes. La gran afluencia de comerciantes informales, lo ven como una salida a sus problemas económicos, el número de vendedores del sector informal ha crecido rápidamente. Además que están exentos de pagar impuestos, alquiler entre otros rubros, trabajar libremente sin ningún tipo de responsabilidad. Ofrecen una gran variedad de productos en las calles principales del Cantón, la venta de ropa, zapatos, bisutería, carteras, artículos de bazar, frutas, legumbres entre otros. Los precios no siempre son significativos comparado a los precios de los comerciantes formales. Los incrementos en la rentabilidad informal se traducen en un mejor desempeño de las microempresas informales y en mejores remuneraciones para los mismos trabajadores, por otra parte algunas microempresas de alto desempeño tienden a formalizarse paulatinamente. La tarea de las autoridades municipales es compleja por la reubicación de los comercios en lugares que no obstaculicen las vías de circulación y demás comercios informales, para mantener la salud y limpieza de los sectores donde están ubicados. (Bustamante, 2013). Actualmente existen cuatro mercados Buenos Aires, 25 de Junio, Sur y el Comercial Las Palmeras, donde se encuentran ubicados la mayoría de los comerciantes informales y otros pendientes de traslado, estos mercados han sido una solución para muchos problemas de salubridad, ordenamiento de venta de productos y regularización de precios, además los usuarios tienen la comodidad de encontrar mayor variedad los productos, mejor servicio y aumento en la actividad del comercio mejorando el crecimiento económico del cantón.

### **Metodología**

La capacidad emprendedora conlleva el estudio de los comportamientos en la toma de decisiones, idea de emprender, ingresos y aspectos influyentes sobre el estudio propuesto. El estudio está basado en la investigación de campo con aplicación de encuestas a los comercios del sector informal del cantón Machala.

De acuerdo al censo del 2010, el total de hombres y mujeres para el cantón Machala es de 245.972 habitantes equivalente al 41% del total de la población ecuatoriana (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010). Para la selección de los comerciantes informales se realizó de manera aleatoria en su universo, correspondiente a un total de 200, de diferentes actividades comerciales. Para la recolección de información se realizó una investigación de campo, según Elizondo (2002, pág. 362) “La investigación de campo es aquella que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto del estudio. En este caso, el investigador entra en contacto directo con la realidad explorada”, utilizando las encuestas para obtener información. Esta investigación permitió describir los aspectos que influyeron en la capacidad emprendedora de los comerciantes del sector informal.

Por otra parte, para la medición de los datos se aplicó el modelo Logit, según (Llano & Mosquera, 2006) “Este modelo permite, además de obtener estimaciones de la probabilidad de un suceso, identificar los factores de riesgo que determinan dichas probabilidades, así como la influencia o peso relativo que éstos tienen sobre las mismas”...“La modelización Logit es similar a la regresión tradicional salvo que utiliza como función de estimación la función logística en vez de la lineal”. Es decir, plantea relaciones sobre la muestra para establecer la existencia de la significancia o no y poder afirmar o rechazar la dependencia entre las variables con la dependiente capacidad emprendedora.

### **Resultados**

La tabla 1 de la Matriz general del modelo binario logístico, muestra los resultados de la relación de la variable explicada con las explicativas obtenido por el modelo Logit. Las variables planteadas independientes (Edad, Sexo, Actividad que se dedica, Idea de emprender, Decisión de emprender, Ingreso mensual, Aspectos influyentes) expresan en conjunto una fuerte incidencia para determinar la capacidad emprendedora, la aplicación del estadístico de razón de verosimilitud LR igual a 29.61 indica que existe relación entre variables,



de igual manera afirma la probabilidad chi2 con valor 0.0032 por debajo del nivel del error admisible 5.00%. Considerando que las variables independientes son estadísticamente significativas para explicar a la variable dependiente.

**Tabla 1.** Matriz General del Modelo Binario Logístico

	Razón de verosimilitud LR	Probabilidad chi2
Capacidad Emprendedora	29.61	0.0032
	Odds Ratio	Probabilidad
Edad	0.9897323	0.388
Sexo	1.382.958	0.384
Actividad que se dedica		
Limpieza	0.082131	0.9077
Comercio	2.036.194	0.332
Ebanisteria	0.7076456	0.527
Idea de Emprender		
Necesidad para generar ingresos	1.052276	0.762
Oportunidad de negocio		
Decisión de emprender		
Mujer	1.714361	0.039
Hombre		
Ingreso Mensual		
De \$367,00 a \$466,00	0.1617967	0.004
De \$467,00 a \$566,00	0.2868986	0.013
Más de \$567,00	0.7732539	0.563
Aspectos influyentes		
Asume riesgos	1.374588	0.545
Alta autoestima	0.8569325	0.798
Capital de inversión	2.466097	0.062

Fuente: Elaboración propia.

- Es 0.98 veces más probable que la edad de las personas este asociado a determinar la capacidad en los emprendimientos, en tanto no cambien los demás factores.
- Es 1.38 veces más probable que el sexo de las personas este asociado a determinar la capacidad en los emprendimientos, en tanto no cambien los demás factores.
- Es 2.03 veces más probable que en los emprendimientos de comercio de inicio a conocer quien tiene más capacidad emprendedora, en tanto no cambien los demás factores.
- Es 1.05 veces más probable que la persona tenga la necesidad de emprender para generar ingresos dejando constante las demás variables.
- Es 1.71 veces más probable que la mujer este asociado a determinar la capacidad en los emprendimientos, en tanto no cambien los demás factores.
- Es 0.77 veces más probable que las personas con ingreso superior a \$ 567 estén en las posibilidades de emprender.
- Es 2.46 veces más probable que el aspecto que influya más para emprender es el capital de inversión.

**Tabla 2.** Combinaciones del Modelo Binario Logístico

No.	Probabilidad	Edad	Sexo	Actividad que se dedica	Idea de emprender	Decisión de emprender	Ingreso mensual	Aspectos influyentes
1	70,70%	35	Masculino	Comercio	Necesidad para generar ingresos	Hombre	<\$366	Asume riesgos
2	63,57%	35	Femenino	Comercio	Necesidad para generar ingresos	Hombre	<\$366	Asume riesgos
3	56,55%	35	Masculino	-----	-----	Hombre	-----	-----
4	61,14%	35	Femenino	-----	-----	Mujer	-----	-----

**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla 2, se plantea otro esquema, dejando constante las demás variables y enfocándose en los criterios de ambos sexos, se obtuvo: Un hombre de 35 años, establece que los hombres son más activos a la hora de emprender según datos de probabilidad 56.55%, sin embargo si se realiza el mismo análisis con mujeres, de la misma edad 35 años con la percepción que son más activas que los hombres para emprender un negocio, se obtuvo una probabilidad de 61.14%. Finalmente se puede establecer mediante los resultados generados que las mujeres son más emprendedoras que los hombres para el cantón Machala.

### **Conclusión**

El trabajo de investigación con la aplicación de encuestas y análisis Logit permitió conocer los resultados sobre la influencia de la capacidad emprendedora en los comerciantes del sector informal, cantón Machala. El estudio demuestra comportamientos y características diferentes, siendo el comercio, limpieza y ebanistería las de mayor concentración de comerciantes.

El comercio es la actividad de mayor afluencia en el cantón Machala, seguido de un emprendimiento que surge de la necesidad para generar ingresos antes que una oportunidad de crecer, aspectos fundamentales como el asumir riesgos es una de las características de los emprendedores del sector informal, la mayoría obtiene un ingreso mensual superior a \$ 567,00 origen de las ventas, aunque el sector informal cada vez crece más, por la simplicidad de tener un negocio en la mayoría de los casos sin local y sin los requisitos de ley, contribuye a la dinámica de la economía de forma directa en el comercio de bienes y servicios.

Los resultados expresan que la capacidad emprendedora de la localidad está influenciada por la presencia de la mujer como líder emprendedora más que el hombre, cambio notable y pilar fundamental para el crecimiento económico y emprendedor del cantón Machala.

### **Referencias bibliográficas**

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional. Recuperado de Banco Interamericano de Desarrollo (BID):

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>

Bustamante, J. (2013). Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas, Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013. Recuperado de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TESIS%20COMPLETA.pdf>

El Telégrafo. (2017). Sector y empleo informales en Ecuador. Recuperado de El Telégrafo : <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

Elizondo , A. (2002). Metodología de la investigación contable. México: International Thomson Editores S.A.

Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Obtenido de Emprende pon a andar tus ideas: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). GAD Municipal de Machala (GAD). Recuperado de <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>

Hurtado, M. (2017). ¿Cuál es el origen del emprendimiento? Recuperado de <https://www.aulaclicks.com/cual-es-el-origen-del-emprendimiento/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo 2010. Recuperado de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016 ). Reporte de Economía Laboral. Recuperado de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

Llano, L., & Mosquera, V. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad Nacional de Colombia.

Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La transición de la economía informal a la economía formal . Recuperado de Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución. Recuperado de Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)

Páez, T. (2009). Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de. Universidad de Valencia, 1-14. Recuperado de <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/118.pdf>

Revista Líderes. (2015). La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador. Recuperado de Revista Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>

Talledo, M., & Solòrzano, D. (2013). Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.

Véliz , J., & Díaz, S. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. Universidad ESAN, Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.

Villacís, M. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: Universidad Casa

# Propuesta para diseñar una pequeña empresa familiar comercializadora de productos agrícolas como plátano y yuca del cantón Guayaquil, captando el mercado de las islas galápagos vía internet y utilizando las redes sociales

**Lic. Elicia Cruz, Msc**

Universidad Agraria Del Ecuador  
ecruz@uagraria.edu.ec

**Lic. Ligia Miño, Mgs**

Universidad Agraria Del Ecuador  
lmino@uagraria.edu.ec

**Ing. Augusto Marcillo**

Universidad Agraria Del Ecuador  
jmarcillo@uagraria.edu.ec

## Resumen

Existen negocios familiares tradicionales pequeños que comercializan productos agrícolas; sin embargo, no se ha fortalecido el comercio de plátano y yuca, que actualmente está a disposición de las nuevas tecnologías, a través del mercado virtual; descartando los paradigmas, aprovechando una comunicación directa y a bajo costo entre el productor y el consumidor. El objetivo es diseñar una pequeña empresa familiar comercializadora de productos agrícolas (Plátano y Yuca), utilizando el internet y las redes sociales para captar el mercado de las Islas Galápagos; a través de un análisis retrospectivo documental, se realizó una encuesta a pequeños comerciantes que venden el producto en las islas Galápagos, para obtener información sobre el nivel de aceptación de la oferta y demanda de plátano y yuca. Se determinó que el 70% de los comerciantes no tienen un proveedor de plátano y yuca con presencia en redes sociales; asimismo, el 90 % desea tener contacto con un proveedor de la misma línea que ofrezca sus productos vía internet. Para captar lograr un reconocimiento en el mercado de esta región, se desarrolló una propuesta de planificación estratégica de marketing para brindar un servicio de ventas y de comunicación digital.

**Palabras Claves:** Agricultura, Comercialización, Internet, Plátano, Yuca.

## Abstract

There are smalls and traditional family businesses which put on market agricultural products, however, it has not been strengthened the trade of some products such as bananas and yucca which are currently available to new technologies through the virtual market, not only dismissing different paradigms but also taking advantage of a direct communication. The goal of this project is design a small family business which will put on market agricultural products (Banana and Yucca), using methods like internet and different social networks to catch the market of the Galapagos Islands. Through a retrospective documentary analysis, a survey was conducted to small traders selling the product in the Galapagos Islands, to get information of the level of approval of the supply and demand of banana and yucca. It was determined that 70% of traders do not have a supplier of those products with a presence on social networks; likewise, 90% would like to contact with a supplier of the same line that offers their products online. In order to obtain acknowledgment in the market of this region, a proposal of strategic marketing planning was developed to provide a sales and digital communication service.

**Keywords:** Agriculture, Commercialization, Internet, Plantain, Yuca.

## Introducción

Las oportunidades siempre están presentes; sobretodo, para aquellos emprendedores soñadores seguros, arriesgados y con objetivos claros. La conformación de un nuevo negocio familiar requiere una idea, mucha capacidad técnica, ciertos valores financieros, entusiasmo, motivación y perseverancia de quien emprende este suceso.

Hasta el momento, el desarrollo de la microempresa en Ecuador se ha distinguido por una gran diversidad de iniciativas realizadas por una pluralidad de actores, las micro y pequeñas empresas, expanden su importancia en la economía del país. Por ello, instituciones como Pro Ecuador ha ejecutado varios convenios para beneficiar a las Mipymes y actores de la economía popular y solidaria, a través de proyectos como diseño de páginas web e imagen corporativa y asesoría técnica en provincias donde provienen la mayor parte de las provincias de: Napo, Pichincha, Manabí, Azuay, Galápagos, Bolívar, Pastaza, Imbabura, Santo Domingo de los Tsáchilas, y cuenta con una oferta exportable de los sectores (Ministerio de Comercio Exterior, 2016).

En Ecuador, existen ideas novedosas de negocios familiares que pueden ser tradicionales, actuales o híbridas; la continua necesidad de las empresas de reinventarse y de buscar nuevos nichos de mercado ha llevado a buscar y ofrecer una fórmula para implementar en el sistema de distribución y comercialización de productos agrícolas.

Hasta hace pocos años, el único canal de distribución para llegar al cliente final eran los comercios de trueque o intermediarios; actualmente, con el internet y la conectividad comunicativa vía redes sociales, reorienta a muchos productores de frutas, hortalizas, entre otros, para que se organicen mejor y rompan los paradigmas del sistema de distribución tradicional, para captar el mercado de las Islas Galápagos vía internet y utilizando las redes sociales; de esta manera, se efectiviza la comunicación directa, permanente y con un coste muy bajo entre el productor y el consumidor.

Las ideas novedosas de los negocios familiares dependen de algunos elementos: su parte operativa, sus clientes potenciales, las ventajas competitivas, el control de normas de calidad, el marketing actual, las características personales que debe cumplir el emprendedor familiar de esta era. Todos conforman las probabilidades de éxito de estos pequeños negocios familiares; inclusive el empleo de las NTIC es imprescindible al momento de satisfacer las necesidades del mundo globalizado.

Los iniciadores de empresas familiares cumplen un rol muy notorio en el desarrollo y el bienestar de su país; de ahí que explorar y evaluar el papel de la iniciativa empresarial, en el crecimiento económico nacional, fue una prioridad en el último informe realizado por Monitor de Emprendimiento Global (GEM), señala que el porcentaje de personas en Ecuador que esperan empezar un negocio en los próximos años, es el segundo más elevado de la región con un 54.3% (Bosma & Amorós, 2013).

El emprendedor de este tipo negocios carece del suficiente conocimiento sobre la dinámica de los canales de distribución de los productos agrícolas.

Según el último informe publicado por el Centro de Desarrollo de la OCDE, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Corporación Andina de Fomento (CAF), los cambios tecnológicos, demográficos y la globalización producen transformaciones económicas, políticas y sociales clave que afectan las diversas formas de trabajo. A pesar de que el sector privado ha aumentado su participación, con inversión y financiamiento, América Latina tiene un bajo índice de emprendedores, luego de una previa capacitación técnica

y asesoramiento; pero muchos que surgen por la necesidad de subsistencia.

Un enfoque de emprendimiento amplio y que incluya distintos instrumentos acrecentará la productividad y la equidad, con el fin de, que los planes de financiamiento tengan las garantías y se adapten a las necesidades del pequeño empresario. Las instituciones financieras públicas son fundamentales para la creación de créditos más flexibles para incluir a los jóvenes en la transformación de la matriz productiva (OCDE/CEPAL/CAF, 2016)

Por tal motivo, el productor o comerciante contribuyendo con un papel significativo en el crecimiento económico del país, el tema tiene valor potencial, relevancia social, entre otros aspectos:

- Valor potencial: Según el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso): “Las Mipymes en Ecuador tienen un enorme potencial para generar producción, empleo e ingresos y podrían constituirse en el motor del desarrollo del país, alcanzando mayores niveles de participación en el mercado internacional” (2013).
- Relevancia social: En el mundo los procesos tradicionales de organización de trabajo han cambiado. Las empresas ya no son fijas, sino nómadas, van de un lugar a otro buscando países y lugares comprensivos. Es importante el estudio de este tema, porque actualmente las actividades económicas se han organizado y reformado; se han modificado las formas de trabajo de permanentes a ocasionales y temporales; asimismo, las leyes laborales para lograr el bienestar común y la competitividad.

La microempresa familiar establece actividades comerciales a nivel de distrito, local y regional, que se forma por acuerdo entre sus miembros, creando su propia fuente de trabajo e ingresos, trabajando con innovación y colaborativamente, operando de manera independiente (López Torres, Maldonado Guzmán, Pinzón Castro, & García Ramírez, 2016).

En algunos países, esta actividad es considerada como la base de la matriz productiva, mejorando la competitividad y la producción a niveles tecnológicos altos, disminuyendo las organizaciones sindicales y generando el autoempleo:

- La microempresa familiar está compuesta por trabajadores que son dueños, socios, trabajadores familiares y también trabajadores remunerados. Por medio de los indicadores del Banco Central del Ecuador (como se citó en Pardo Granizo, 2013) se estima que el número de empleo generado por las empresas familiares es de 1.6 millones, lo cual representa alrededor del 93% del empleo informal, la riqueza generada por las microempresas es del 51% del (PIB) de la economía del Ecuador (Pardo Granizo, 2013).
- La microempresa tiene viabilidad y consecuencia, porque es una alternativa para el desarrollo de la economía y erradicar la pobreza:

Las pequeñas y medianas empresas no son el resultado exclusivo de la pobreza, pues no solo existen en Latinoamérica, sino que, están en países como Estados Unidos de Norteamérica, Francia, Inglaterra, Alemania, Japón, entre otros. En estos países, la microempresa es parte de su aparato productivo, en un porcentaje que va del 25 al 30%. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2014).

Sin embargo, las empresas pequeñas crecen gradualmente, debido a la falta de innovación, acompañado de factores como: capital humano, propiedad intelectual, asunción de riesgos al no invertir lo suficiente en investigación y desarrollo; y, logística (De la Torre, 2013).

El comercio electrónico tiene sus inicios aproximadamente en 1948, pero esta modalidad se expandió, a partir de los años 90, debido a la aparición de nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Este proceso de comprar y vender mediante la venta por revistas tomó mayor auge con la aparición de las tarjetas de crédito y la confianza ofrecida por los clientes.

Permite direccionar estratégica y eficientemente la comercialización de bienes y servicios dentro de un mercado; además, invita al mejoramiento constante de los procesos de abastecimiento y reducir la presencia de intermediarios (Fernández Portillo, Sánchez Escobedo, Jiménez Naranjo, & Hernández Mogollón, 2015). No obstante, el comercio electrónico aún no es una alternativa para comprar y vender productos agrícolas en las islas Galápagos, pues solo las islas San Cristóbal y Santa cruz tienen internet.

Del trueque y los mercaderes se pasó al comercio y los vendedores virtuales. Todo evoluciona. Es así que el comercio electrónico vive en Ecuador: \$4000 millones se registraron en transacciones electrónicas en el 2011. Pero éste, depende del servicio de internet, servicio que en el país, con sus 14 millones de habitantes, ya cubre el 44,9% de la población, según el Ministerio de Telecomunicaciones. No obstante, el acceso a la red no es lo único que incide en el desarrollo de esta nueva forma de hacer negocios. Hay una traba muy grande en el comercio electrónico porque no existen métodos para cobro por medio electrónico o tarjetas de crédito en Ecuador. Los bancos todavía no facilitan sistemas sencillos para que uno se integre a este tipo de comercio en el país y que no se dependa solo de las compras en el exterior”, comenta (Mario Cubi), director administrativo de Club Buzzom, empresa que lleva más de cinco años agilizando compras vía internet (Cabrera M, 2013).

Se escogió el mercado de las Islas Galápagos porque ya se tiene el negocio familiar de forma tradicional y porque representa un rubro importante el consumo de plátano y yuca como productos apetecibles por los colonos y turista que llegan al sitio.

Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria (ESPAC, 2015) asevera que la producción plátano del país, se realiza en 20 provincias del territorio continental. La Costa aporta con el 86.568 has de la producción nacional, Sierra con el 21.651 has y el Oriente con el 14.181has y las zonas no delimitadas con 955 has.

¿Cuál es la incidencia al Comercializar Productos Agrícola como plátano y yuca de forma tradicional y actualmente captando mercado (oferta y Demanda) vía internet y utilizando redes sociales, orientado al mercado de las Islas Galápagos?

En la actualidad la comercialización de plátano y yuca para la Isla Galápagos está focalizado aproximadamente entre cinco proveedores mayoristas, quienes entregan a los comerciantes minoristas, hoteles de las Islas Galápagos.

La propuesta de diseñar una pequeña empresa familiar comercializadora de productos agrícola como plátano y yuca, tiene la finalidad de cubrir ciertos nichos del mercado como las Islas Galápagos; captando la demanda y oferta vía internet y redes sociales, contrarrestando el impacto de los procesos tradicionales con los modernos y cumpliendo con las normas de calidad en los empaques de envíos.

## **Metodología**

### **Diseño de la investigación**

La investigación se basó en el enfoque cualitativo, por medio del cual se describió situaciones, para generar las preguntas de investigación. Por lo anteriormente expuesto, este trabajo fue una investigación con diseño no experimental, transaccional descriptiva, analítica, e interpretativa que permitió al investigador analizar los

resultados de manera independiente, de acuerdo a la situación o fenómeno que se indaga.

Para obtener información sobre la investigación se planteó y seleccionó diferentes métodos y técnicas adecuados, dependiendo de la naturaleza del fenómeno, los objetivos del estudio y la perspectiva de análisis. A continuación se detalla:

- Método histórico-lógico. Permitió establecer los antecedentes, la evolución y el estado actual de las microempresas familiares.
- Análisis y síntesis: Se sintetizó los aspectos esenciales recopilados, durante la consulta de la literatura.
- Método científico. Se planteó los objetivos, las metas y los valores para el establecimiento de la relación causa y efecto en el campo de la investigación.
- Método deductivo. Se desarrolló una teoría sobre la situación del problema, explicación de los hechos y formulación de las conclusiones.
- Método inductivo. Se determinó las conclusiones, a partir de la observación de los hechos, el análisis del problema y la síntesis.
- Método estadístico. Se determinó el tipo y el tamaño de la muestra; permitió tabular y procesar los datos empíricos.

### **Población y Muestra**

Se consideró a todos los habitantes comerciantes de las Islas Galápagos y la microempresa familiar de yuca y plátano. Pero para la muestra se redujo al número visitantes que podrían acceder a la información, a través de las distintas redes sociales y la web.

La población que se sometió a estudio fueron los comerciantes de las Islas Galápagos; es decir, 42 proveedores de plátano y yuca (entre las Islas San Cristóbal y Santa Cruz). Para la muestra probabilística se considera que el total de la población se obtuvo una muestra de 20 comerciantes.

Los datos obtenidos, analizados e interpretados permitieron conocer la situación socioeconómica del sector, su realidad, qué factores tecnológicos están afectando a las pequeñas empresas familiares que ingresen a un nuevo esquema de comercialización vía internet; sirviendo de base para el planteamiento de una propuesta que permitirá, mejorar la problemática investigada.

Una vez concluido el trabajo de campo, se procedió a ordenar la información para la presentación de los resultados de la investigación, de forma clara, precisa y sistemática.

### **Instrumentos**

Los instrumentos coadyuvaron a obtener los resultados. Estas técnicas fueron: la observación, la encuesta, el resumen, el análisis y la síntesis.

Mediante la observación se percibió ciertos rasgos existentes en la realidad. La encuesta permitió recopilar datos sobre el estudio de mercado. Por medio del resumen, se interpretó los textos relevantes del tema. Con el análisis, se describió los factores importantes de la oferta y demanda de plátano y yuca por los habitantes de las Islas Galápagos. Finalmente, la síntesis ayudó a elaborar las conclusiones de la investigación.

### **Materiales**

Se utilizaron los siguientes instrumentos: cámara fotográfica, formato de encuestas, fichas para el registro de



información estadística, fichas bibliográficas. Además de recursos humanos, materiales, técnicos y bibliográficos.

### Resultados

De acuerdo a la investigación de campo, se realizó una encuesta de diez preguntas a los comerciantes, para obtener información sobre el nivel de aceptación de la oferta de los productos y los factores sometidos a estudio en la Isla Galápagos.

De las personas que participaron en la encuesta, el 70% de comerciantes que no tiene un proveedor de plátano y yuca con presencia en redes sociales e internet, mientras el 30% respondió que sí tienen. Por consiguiente, los resultados arrojaron que el 90% de comerciantes sí consideran importante que las pequeñas empresas familiares proveedoras de plátano y yuca posean páginas web y en redes sociales. Por otro lado, el 10% contestó que no es necesario.

**Tabla1.** Global entrepreneurship monitors 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe

Región	Factor – Driven Economics	Efficiency – Driven Economics	Innovation – Driven Economics
Latin America and Caribbean		Argentina, Barbados, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Jamaica, Mexico, Panamá, Perú, Suriname, Uruguay	Trinidad and Tobago
Middle East and North Africa	Algeria, Irán, Libya		Israel
Sub – Saharan Africa	Angola, Botswana, Ghana, Malawi, Nigeria, Uganda, Zambia	Namibia, South Africa	
Asia Pacific and South Asia	India, Philippines, Vietnam	China, Indonesia, Malaysia, Thailand	Japan, Republic of Korea, Singapore, Taiwan
Europe – EU28		Croatia, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Poland, Romania, Slovak Republic	Belgium, Czech Republic, Finland, France, Germany, Greece, Ireland, Italy, Luxembourg, Netherlands, Portugal, Eslovenia, Spain, Sweden, United Kingdom
Europe-Non- EU28		Bosnia and Herzegovina, Macedonia, Russian Federation, Turkey	Norway, Switzerland
North America			Canadá, Puerto Rico, United States

Elaborado a partir de Amoros y Bosma 2013, p 10.

De los 20 encuestados, tan sólo 10 personas contestaron. De los cuales, el 50% afirmaron ser los dueños de pequeñas empresas familiares proveedoras de plátano y yuca que publican sus productos vía internet diariamente; el otro 50% confirmó que lo hacen semanalmente.

A todos (100%) sí les gustaría que su proveedor lo mantenga informado y actualizado sobre calidad, precios y consejos sobre plátano y yuca; por tal motivo, de manera unánime respondieron que sí es necesario tener interacción virtual proveedor-comerciante.

**Tabla 2.** Análisis FODA de microempresa YUPLA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Personal capacitado, joven, entusiasta	Acceso a la tecnología de la población	Poco conocimiento del valor nutritivo de los productos en el mercado.	Falta de producción continua de plátano y yuca en el país.
Conocimiento del manejo post cosecha de los productos agrícolas	Productos agrícolas a comercializar son alimentos tradicionales y con buena aceptación en el mercado.	Comercializar de acuerdo a producción de los productos agrícolas (plátano y yuca)	Competencia de otras comercializadoras con el mismo canal de comercialización.
Producto de calidad, con registro sanitario.	Crecimiento económico y turístico en Galápagos.		

**Fuente:** Autores 2016

Por otro lado, los comerciantes opinaron que la principal dificultad para contactar a un proveedor vía internet sería el riesgo en la calidad (55%); no poseer internet (20%) y no manejar herramientas tecnológicas (25%).

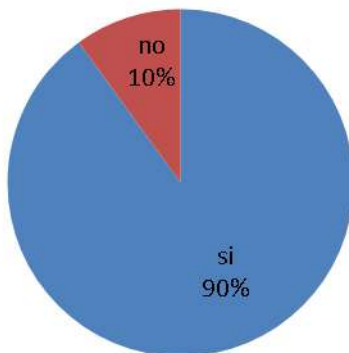
**Tabla 3.** Matriz de riesgo del proyecto

Categoría	Identificación del riesgo	Causa del riesgo	Probabilidad del suceso	Efecto del riesgo	Solución al riesgo
Riesgo operacional	Riesgo en la escasez de producción	Falta plan de contingencia	Probable	Alto	Contar con varios proveedores
	Riesgo de incumplimiento de proveedores	No adaptación a la metodología	Probable	moderado	Realizar acuerdos para evitar inconvenientes
	Riesgo de venta sin efectividad	Proceso de venta lento	Poco probable	Bajo	Buen estudio de mercado
Riesgo de mercado	Riesgo de no llegar a los comerciantes objetivos	La empresa familiar no tiene la experiencia en comercialización electrónica	Poco probable	moderado	Gestionar un estudio de mercado
	No acogida del cliente	Inviabilidad de los productos ofrecidos	Muy poco probable	Muy bajo	Investigación exhaustiva de todos los factores que afecten la viabilidad de los productos ofrecidos
Riesgo de liquidez	Riesgos de gastos administrativos elevados	Sobre costos en materiales	Muy poco probable	bajo	Personal con representación baja de los desembolsos mensuales de la empresa
	Riesgo de presupuesto	Déficit de capital	Poco probable	Muy bajo	Hacer un presupuesto ajustado a necesidades
Riesgo legal	Dificultades en el trámite de compra	Cambio en el reglamento del proveedor	Poco probable	Bajo	Mantener contrato en regla

Fuente: Autores 2016

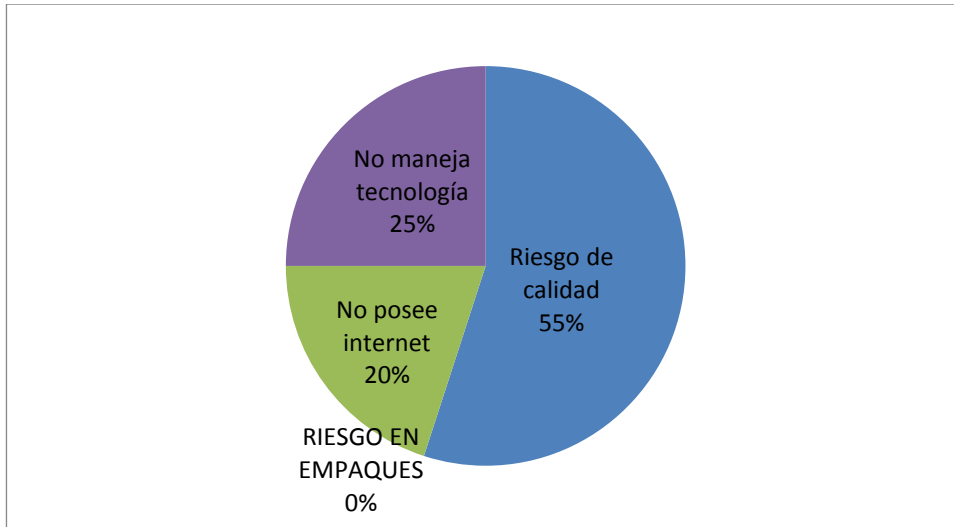
Sin embargo, todos los comerciantes encuestados, lo cual representa el 100% respondieron que sí les gustaría utilizar la comunicación vía internet para reducir sus costos. Asimismo, el 100% de los encuestados concuerdan que ahorraría tiempo tener un proveedor en internet, pero al 90% sí les gustaría tener un proveedor de plátano y yuca que ofrezca sus productos en internet y redes sociales; a diferencia del 2% que no está de acuerdo.

Figura 1. Factores de éxito en el comercio electrónico



Fuente: Fernández, Sánchez, Jiménez, Hernández 2015, p. 115.

Figura 2. Principal dificultad para contactar un proveedor vía internet



Fuente: Autores 2016

### Conclusión

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación durante el proceso se han cumplido los objetivos propuestos, así como también la hipótesis al diseñar la empresa Familiar comercializadora de plátano y yuca (YUPLA), la cual cuenta con un plan estratégico para captar el mercado de las islas Galápagos, por medio de la utilización de las redes sociales e internet.

La empresa Familiar “YUPLA” tiene la necesidad de satisfacer a los clientes, cumpliendo los procesos legales y de calidad que rige las leyes de las pequeñas y micro empresa familiar en Guayaquil.

Para analizar la demanda y la oferta sobre plátano y yuca en el mercado de las islas Galápagos se utilizó una encuesta, lo que permitió conocer la opinión de 20 comerciantes, donde el 70% respondieron que no tienen un proveedor de plátano y yuca, con presencia en redes sociales ni en internet; y el 90 % desea tener contacto con un proveedor de plátano y yuca que ofrezca sus productos vía online.

Para captar lograr un reconocimiento en el mercado de la Isla Galápagos, se desarrolló una propuesta de planificación estratégica de marketing para brindar un servicio de ventas y de comunicación, a través de redes sociales, página web y llamadas telefónicas.

### Referencias bibliográficas

América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad. De la Torre (2013). Banco Mundial. <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Análisis paralelo entre e-turismo y e-gobierno: evolución y tendencias. Desplas y Mao (2014). México. Investigaciones turísticas. [https://www.researchgate.net/publication/270537175\\_Analisis\\_paralelo\\_entre\\_e-turismo\\_y\\_e](https://www.researchgate.net/publication/270537175_Analisis_paralelo_entre_e-turismo_y_e)

Colaboración y actividades de innovación en PYMES. López Torres, Maldonado Guzmán, Pinzón Castro, & García Ramírez(2016). México. UNAM. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>

El banano en Ecuador y el mundo. Revista El Agro (2015). <http://www.revistaelagro.com/2013/04/29/el-banano-en-ecuador-y-el-mundo/>

El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador. Cabrera M.

(2013). Quito. Ecuador. Universidad San Francisco de Quito.  
Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. FLACSO Ecuador y MIPRO (2013). Quito. Ecuador. Coediciones. <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>  
Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro. Pardo Granizo (2013). Milagro. Ecuador. UEM.  
Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe. Amorós y Bosma (2013). Concepción. Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>  
Integración regional: hacia una estrategia de cadenas de valor inclusivas. CEPAL (2014). Santiago de Chile. Chile. [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36733/S2014216\\_es.pdf;jsessionid=3F42ECD4B3A5DC53BB5B7B79D1A2E724?sequence=1](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36733/S2014216_es.pdf;jsessionid=3F42ECD4B3A5DC53BB5B7B79D1A2E724?sequence=1)  
La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Fernández Portillo, Sánchez Escobedo, Jiménez Naranjo, & Hernández Mogollón(2015). Madrid. España. Portal Universia S.A. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>  
Más de 100 mipymes cuentan con herramientas de comercio electrónico. Ministerio de Comercio Exterior. Ecuador. <http://www.comercioexterior.gob.ec>  
100-mipymes-ecuatorianas-seran-financiadas-por-el-gobierno-de-canadá. Ministerio de Comercio Exterior. Ecuador. <http://www.comercioexterior.gob.ec>  
Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento. OCDE/CEPAL/CAF (2016). Paris. Francia. OECD <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>  
Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano. ESPAC (2015). Ecuador. INEC. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

# Generación de visiones emprendedoras de la moda infantil como nuevas fuentes de empleo y su incidencia en la economía, en la ciudad de Babahoyo

Econ. Verónica Merchán Jácome, Mae  
Universidad Técnica de Babahoyo  
vmerchan@utb.edu.ec

Ing. Washington Pazmiño Gavilánez, Mae  
Universidad Técnica de Babahoyo  
wpazmino@utb.edu.ec

## Resumen

En la ciudad de Babahoyo, el incremento en los índices de baja calidad de vida por una inadecuada distribución de recursos y falta de acatamiento a los nuevos cambios culturales han dado hincapié, a que los pequeños artesanos no progresen en el sector laboral, con este trabajo investigativo animamos a la aptitud emprendedora a generar nuevas fuentes de empleo. El posicionar un producto innovador que se quede en la mente del consumidor con el propósito de motivar la creación de unidades de emprendimiento primordial. El objetivo es determinar la factibilidad de implementación de una empresa para elaborar y comercializar prendas de vestir modernas para niños y niñas y mejorar la calidad de vida de nuestros artesanos babahoyenses, además poner a disposición de los habitantes de Babahoyo y cantones aledaños una opción en el mercado que les permita adquirir productos de calidad e innovados. Los resultados se espera implementar métodos de enseñanza, aprendizaje que este en concordancia en los procesos de elaboración que se realizaran en la relación del mismo por lo que la integración de la sociedad será de vital importancia para el logro de los objetivos propuestos.

**Palabras Clave:** Necesidades, motivación, emprendimiento, economía, mercado.

## Abstract

In the city of Babahoyo, the increase in the indices of low quality of life due to an inadequate distribution of resources and lack of compliance with the new cultural changes have emphasized, that small artisans do not progress in the labor sector, with this work We encourage the entrepreneurial ability to generate new sources of employment. Positioning an innovative product that stays in the mind of the consumer with the purpose of motivating the creation of units of prime business. The overall objective is to determine the feasibility of implementing a company to develop and market modern clothing for children and to improve the quality of life of our artisans Babahoyenses, as well as making available to the inhabitants of Babahoyo and nearby cantons an option in The market that allows them to acquire quality and innovative products We are interested in investigating and analyzing the economic situation based on the Ecuadorian textile sector, and inform us of what is happening at the moment regarding issues of Productive Matrix and other factors of economic relevance. It will be implemented teaching methods, learning that is in agreement in the processes of elaboration that will be realized in the relation of the same reason why the integration of the society will be of vital importance for the achievement of the proposed objectives.

**Keywords:** Needs, motivation, entrepreneurship, economy, market.

## Introducción

La economía del Ecuador en general a raíz de la dolarización ha sido descobijada, dejando ver las incongruencias de la economía nacional y la falta de respuesta de los sectores artesanales para competir en el mercado.

A medida que han pasado los años la producción artesanal entro en crisis, ya que los ingresos económicos de esta actividad no permitían vivir dignamente a los artesanos y muchos sectores de esta actividad cayeron en la

extrema pobreza.

Aunque el gobierno implemento medidas que permitieron involucran a los artesanos textiles en la confección de uniformes para instituciones educativas del Ecuador esta no ha cubierto las expectativas esperadas para la comunidad babahoyenses debidos a los requerimientos a presentarse para ser parte de este plan emergente.

Por lo que mediante una investigación minuciosa se llegó al diagnóstico que la nueva tendencia de moda infantil seria uno de los nuevos generadores de fuentes de empleo a nuestros pequeños artesanos y mejorar así su calidad de vida, e implementar a nuestra cultura la nueva tendencia en cuanto a moda.

A los pequeños les encanta y admiran cada cosa que hacen sus padres, y diariamente los ven como un modelo a seguir. Esa admiración se refleja desde que se visten iguales, tienen gustos y actitudes parecidas y hasta realizan las mismas actividades juntas

La economía es un proceso y un producto social que está presente en todas las sociedades, ha ido cambiando con el tiempo pero que su actividad para realizarse requiere agentes económicos para las actividades productivas.

Esto significa que para realizar esta actividad productiva para el efecto requiere que la gente se ocupe. Es decir se encuentre en una situación de empleo.

Pero cuando la economía tiene problemas en el territorio Ecuatoriano, se produce esos roces que la economía no puede ver ni controlar. Cuando la economía tiene dificultades, también cuando la gente crece más rápido que la economía, en situaciones críticas la economía puede generar desempleo o a su vez subempleo.

Este es el caso de muchos artesanos en el país que ha llevado a trabajar de manera informal e incluso dedicarse a otros oficios siendo consumidores de ropa importada pagando así altos valores por la adquisición de prendas para niños o adultos.

¿Cuáles son los factores que influyen en la falta de vinculación de la moda actual y el índice de desempleo de los artesanos Babahoyenses en los últimos años?

La falta de modernización y cultura se relaciona directamente con la baja producción de ropa para niños la cual no permite generar fuentes de trabajo para los pequeños artesanos que se encuentran dentro del territorio ecuatoriano.

Los altos precios de la ropa llevan a los consumidores a viajar a otros lugares para adquirir productos, lo que conlleva a que la producción y comercialización de productos ecuatorianos disminuya.

Promover la investigación de nuevas microempresas que contribuyan con el desarrollo local, nacional y regional del país, mediante el reconocimiento de oportunidades de trabajo y generando propuestas innovadoras que permitan el crecimiento económico de la ciudad y del país, involucrando el trabajo de los artesanos de nuestro cantón.

- Planificar las acciones y pasos a seguir para la elaboración de nuestros proyectos.
- Reconocer las oportunidades, carencias que posee la sociedad para encaminarlo a un proyecto de este tipo.

- Promover la producción a través de los pequeños artesanos y mejorar la economía de la población involucrada.

La investigación propuesta busca mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de un estudio de mercado e índices Macroeconómicos implementar un plan estratégico que permita incrementar el comercio utilizando nuestros propios recursos y los ingresos que estos generen se queden en nuestro propio entorno.

El proyecto busca incluir todas las asignaturas que son objetos de nuestros estudios además de las herramientas y estrategias metodológicas que se permitan el desarrollo de la creatividad y facilite la solución de problemas actuales que impiden el crecimiento de la productividad de los medianos y pequeños artesanos, fortalecer la economía de nuestra comunidad Babahoyense.

Por lo que en un estudio minucioso y arduo acerca de moda y estilo para los más pequeños de la casa has sido una de las grandes falencias en la cultura ecuatoriana.

Siendo este el medio para impulsar el talento babahoyense y los pequeños artesanos buscan elevar su calidad de vida mediante la producción de ropa para niños y niñas similar a la usen sus padres resaltando aquello que une e identifica a las familias de nuestra ciudad.

### **Metodología**

Se implementará métodos de enseñanza, aprendizaje que este en concordancia en los procesos de elaboración que se implementaran en la relación del mismo por lo que la integración de la sociedad será de vital importancia para el logro de los objetivos propuestos.

El posicionar un producto innovador que se quede en la mente del consumidor con el propósito de motivar la creación de unidades de emprendimiento primordial.

Así mismo es fundamental la organización de trabajo y la cooperación recíproca entre las enseñanzas y las prácticas.

### **Técnicas**

Una investigación no experimental, que en su primera fase fue evaluativa y en su segunda parte aplicada.

- Estudio minucioso acerca de las oportunidades que se tiene para implementar el estudiado.
- Obtención y análisis de las carencias de la sociedad ante la nueva era.
- Determinar el mercado en el que será ofertado nuestro producto.
- Revisión de la bibliografía relacionada con el tema a tratar.
- Coordinación y planificación de los pasos a seguir durante la ejecución del proyecto.
- Elaboración de encuestas para determinar la muestra de nuestro posible consumidores.
- Estrategias de marketing y publicidad atractivas para los posibles consumidores.
- Elaboración de la presentación de nuestros productos mediante estrategias basadas en la visualización directa con los posibles consumidores.

### **Tamaño de muestra**

Para identificar la necesidad que posee el mercado y los habitantes de la ciudad de Babahoyo, de un producto



que no solo satisfaga la necesidad sino que se acople a las nuevas tendencias actuales en cuanto a moda, hemos considerado una muestra para aplicar los criterios de investigación.

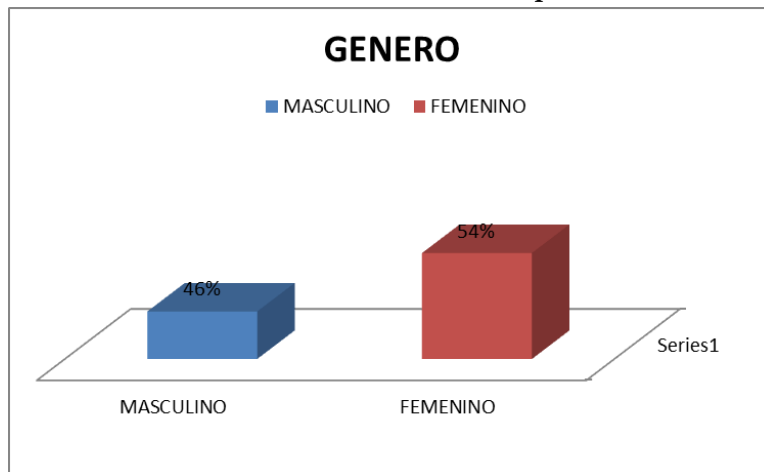
Población: 156.777

Fuente: habitantes del cantón Babahoyo.

Parroquias:

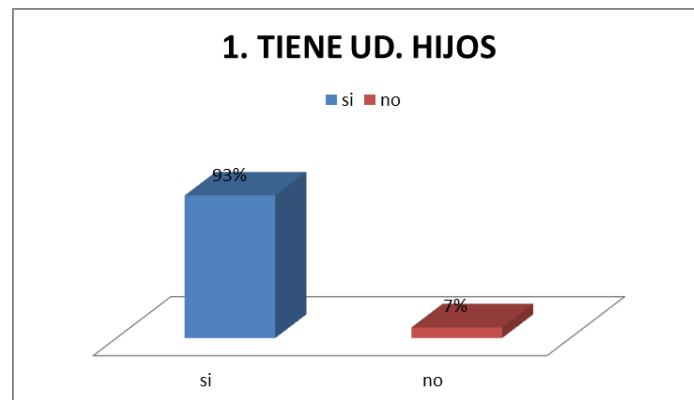
- Clemente Baquerizo
- Camilo Ponce
- El salto
- Barreiro

### Resultados de las encuestas aplicada a los ciudadanos babahoyenses



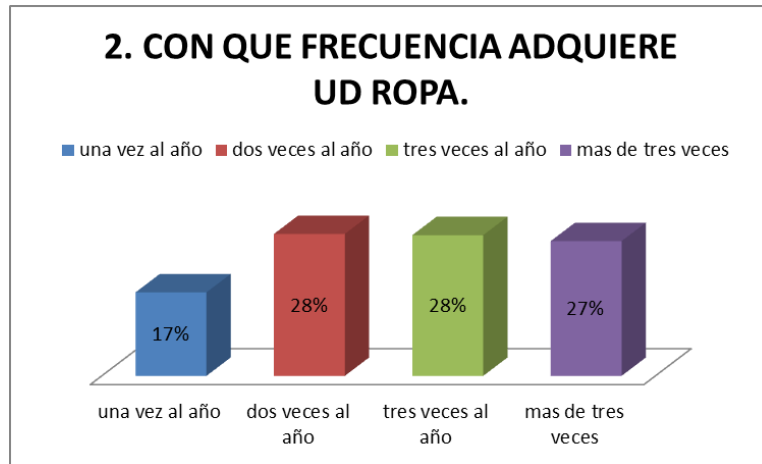
De las 420 personas encuestadas, 194 fueron hombres, los cuales representan el 46%, y un total de 226 mujeres que representan el 54%, determinando en este caso un mayor porcentaje de mujeres encuestadas.

De las 420 personas encuestadas, un total de 51 personas son del rango de menores de 18 años con un 12%; 102 personas con edades de 18 a 24 con un 24%; 100 personas con edades de 25 a 31 con un 24%; 104 personas con edades de 32 a 38 con un 25%, y un total de 63 mayores de 39 años de edad representando el 15%.

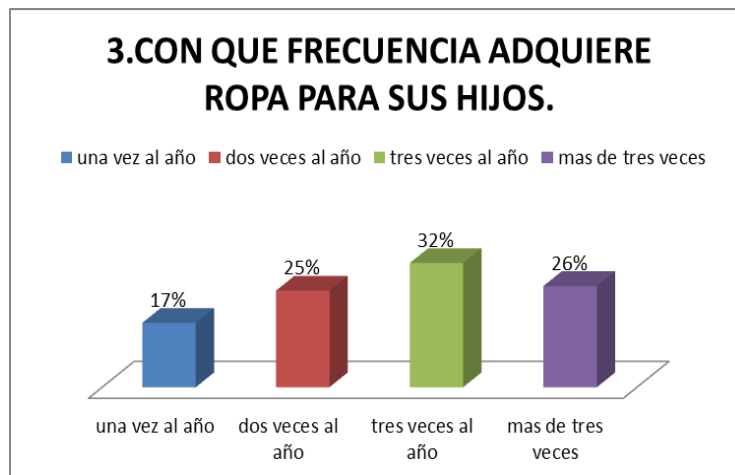


De las 420 personas encuestadas 391 respondieron que sí tienen hijos, representando un 93% y 29 personas

respondieron que no representando un 7%. Este porcentaje de personas respondieron pensando en un futuro.

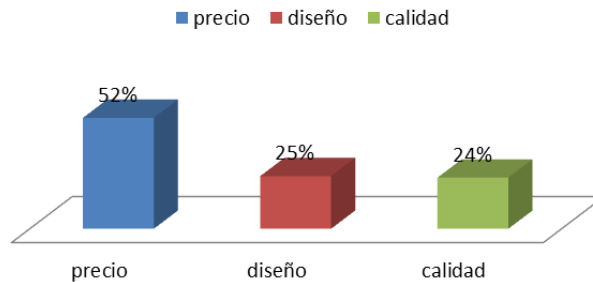


De las 420 personas encuestadas, 70 adquieren ropa para sus hijos una vez al año representando 17%, 119 dos veces dando un 28%; 118 personas adquieren ropa para sus hijos tres veces al año siendo esto el 28%, y 21 personas más de tres veces al año dando como porcentaje un 27% del total de los encuestados.



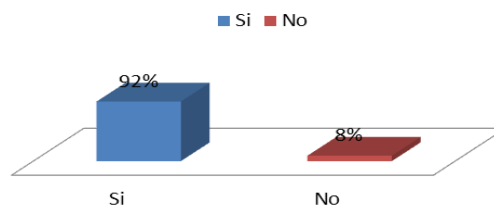
Las 420 personas encuestadas, 70 adquieren ropa para sí mismo una vez al año representando 17%, 105 dos veces dando un 25%; 135 personas adquieren ropa tres veces al año siendo esto el 32%, y 110 personas más de tres veces al año dando como porcentaje un 26% del total de los encuestados.

#### 4. EN QUE BASA SU DECISION DE COMPRA DE ROPA PARA UD. Y SUS HIJOS.



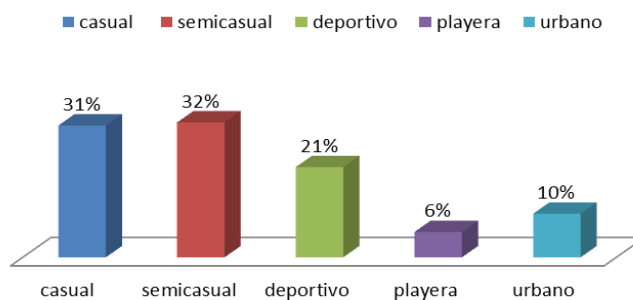
Las 420 personas encuestadas 217 dijeron que se basan por el precio al momento de comprar ropa dando un 52%, 103 se basan por el diseño dando un 25%; y 100 personas se basan en la calidad al momento de comprar ropa dando como porcentaje un 24%.

#### 5. LE GUSTARIA CONTAR CON UN LOCAL COMERCIAL QUE OFERTE ROPA PARA UD Y SUS HIJOS EN EL MISMO LUGAR

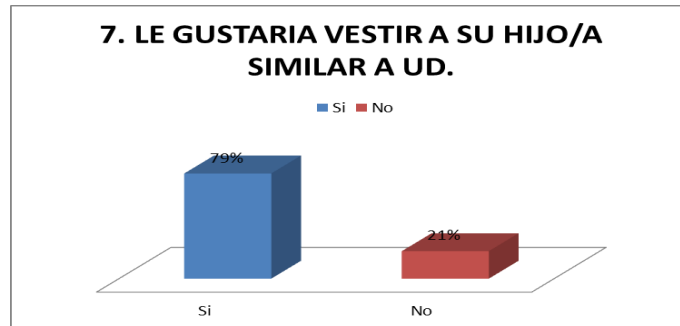


Las 420 personas encuestadas, un total de 385 personas respondieron que sí les gustaría contar con un local comercial donde oferten ropa para ellos y sus hijos en un mismo lugar dando como resultado el 92%; y 35 personas respondieron que no representando un 8%.

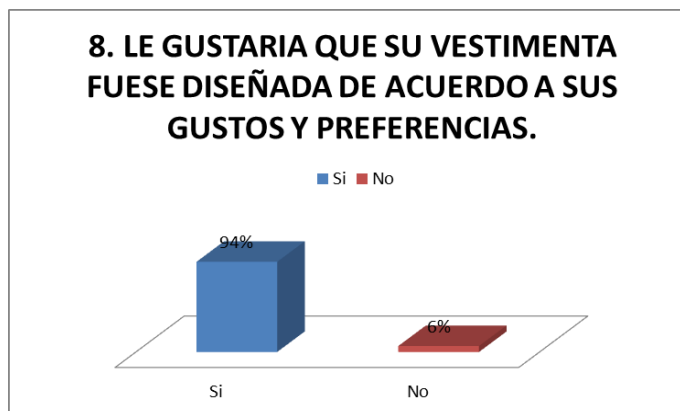
#### 6. QUE TIPO DE ESTILO LE GUSTARIA ENCONTRAR EN ESTE LOCAL



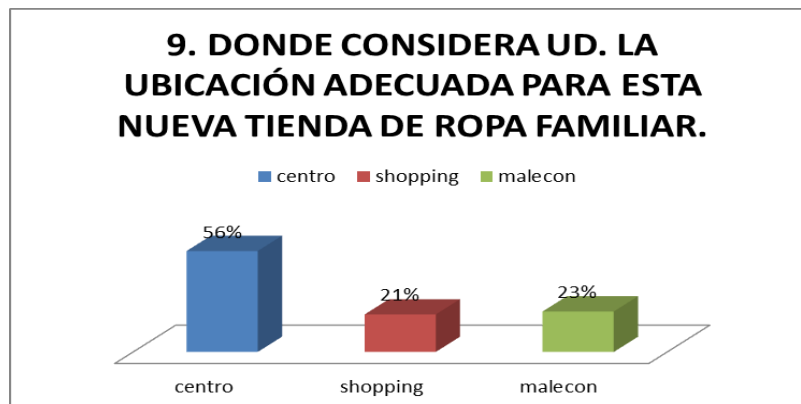
Las 420 personas encuestadas, un total de 130 les gustaría encontrar ropa casual dándonos como porcentaje un 31%, 133 personas se deciden por la semicasual resultando un 32%, 43 se inclinan por el estilo urbano dándonos un 10% y 89 por la deportiva dando como porcentaje un 21% del total de los encuestados. 25 personas prefieren ropa playera resultando un 6%.



Las 420 personas encuestadas, hubo un total de 333 personas que si quisieran que sus hijos vayan vestidos similares a ellos dando como porcentaje un 79%, y 87 respondieron que no resultando un 21%

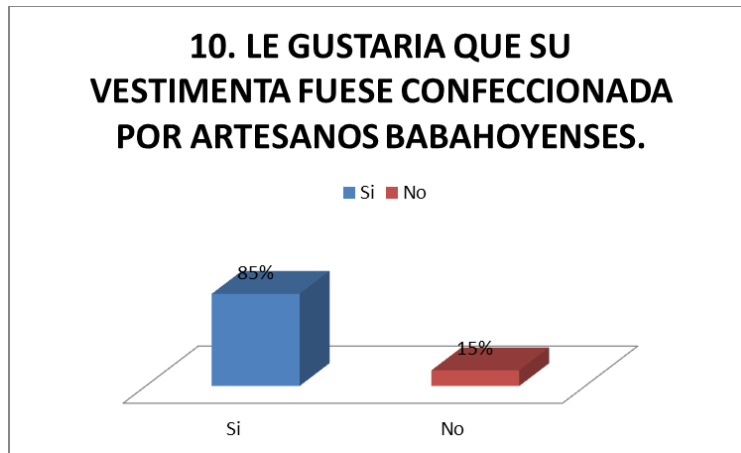


Las 420 personas encuestadas 394 personas les gustaría que su vestimenta está diseñada de acuerdo a sus gustos y preferencias, es decir el 94% y 26 personas no les gustaría elegir diseñar su ropa de acuerdo a sus preferencias siendo este el 6%.



Las 420 personas encuestadas 237 consideran que la ubicación más adecuada sería en el centro de la ciudad,

dándonos como porcentaje un 56%, 88 respondieron que en el shopping reflejando un 21 %, y 95 respondieron que mejor en la Malecón resultando un 23% del total de los encuestados.



Las 420 personas encuestadas a 359 sí les gustaría que su vestimenta fuese confeccionada por artesanos babahoyenses dando como resultado de la encuesta un 85%, y 61 respondieron que no resultando un 15% del total de la encuesta realizada.

**Método**

<b>FASE</b>	<b>QUE HACER</b>	<b>PORQUE</b>
<b>INFORMAR</b>	Desarrollar el planteamiento del problema para el proyecto de investigación formativa.	Desarrollar la participación activa en la selección de un problema o una tarea real y hacer despertar el interés de los estudiantes y lograr que se involucren mas con el proceso de formación.
<b>PLANIFICAR</b>	Responder al proceso de tareas relacionadas con el campo de la productividad plan de trabajo y responsabilidad	Fomentar la capacidad de planificar de un modo auto responsable, el procedimiento nivel de contenidos.
<b>DECIDIR</b>	Los miembros de grupo desarrollaron sus propias estrategias de solución en casi siempre previo acuerdo con todos los integrantes.	Fomentar la competencia relacionadas con el trabajo en equipo y la negociación.
<b>REALIZAR</b>	Los miembros del proyecto desarrollaron tareas según la planificación o división de las actividades(busca mejorar la matriz productiva	Desarrollar la creatividad y la responsabilidad en la realización de todo lo relacionado con el proyecto.
<b>CONTROLAR</b>	Permitir que los tutores guíen el proceso de formación para la obtención del producto, posibilidad de detectar la oportunidad falencias y necesidades que tiene el consumidor.	Autoevaluación crítica y reflexiva acerca de todos los temas que intervienen en la realización del proyecto
<b>VALORAR</b>	Supervisión conjunta(tutor- estudiante) conclusión de los resultados del proyecto.	Reconocer si el proyecto trae beneficios u ocasiono inconveniente en el momento en que el producto fue propuesto en el mercado valorar la experiencia de aprendizaje. Enlazar la teoría y la practica e incluir todo los temas aprendidos.

Exposición y análisis de la problemática

- Debates entre proponentes del artículo

## MATRIZ DE NECESIDADES Y DISPONIBILIDAD DE RECURSO

ACTIVIDAD	RECURSOS						
	HUMANO	MATERIALES			TECNOLOGICOS		FINANCIERO
		Libros	Utiles y Enseres	Servicios basicos	Equipo de computacion	Telefonos	
Desarrollo el proyecto	Estudiantes Docentes.	*COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Stephen Robbin *ECONOMIA DE PARKINSON.	*Hojas *Lapices *Borrador *Esferos. *Impresiones	*Energia Eléctrica	*Paginas Electronica: www.google.com *proyector *pen drive	Telefonos	Capital
		ENCUESTAS	Hojas Esferos		*Fotos *Contactos		
Estudio de mercado	Distribuidores						
	Artesanos	ELESTUDIO DE MERCADO Y LA COMERCIALIZACION			*Paginas Electronica: www.google.com www.gmail.com www.hotmail.com		
	transeuntes	ESTRATEGIA DE MARKETING UN ENFOQUE BASADO EN EL PROCESO					

## Procedimiento

- Análisis e identificación de tipo de proyecto
- Lluvia de ideas acerca de ideas de proyecto.
- Elección y análisis de ideas.
- Análisis y comprensión de cada uno de los pasos a seguir en el proyecto.
- Estudio y análisis de técnicas para evaluar el proyecto: viabilidad, técnica, legal, de gestión, financiera

## Resultados

### Resultados esperados

- Desarrollar la creatividad mediante una lluvia de ideas, debates, encuestas.
- Evaluación de criterio.
- Fortalecer las capacidades de análisis del problema.
- Reconocer las carencias en la matriz de productividad.
- Adquirir más conocimientos sobre el conocimiento en el campo de producción.
- Identificar en el campo de producción.
- Identificar los posibles causantes de la baja calidad de vida.

### Estrategias evaluativas

- Seguimiento en el desarrollo de las habilidades.
- Evaluación grupal en el desenvolvimiento del proyecto.
- La acreditación de los aprendizajes.
- Conocer los cambios que puede genera la producción nacional
- Informe de monitoreo de proyecto propuesto para sus componentes y actividades
- Informes evaluativos de resultados alcanzados al culminar

## Discusión

- El 79% de las personas encuestadas quisieran que sus hijos vayan vestidos similares a ellos.
- El 85% de las personas encuestadas les gustaría que su vestimenta fuese confeccionada por artesanos Babahoyenses.
- Un 95% de personas considera muy importante tener conocimiento sobre el emprendimiento para tomar una decisión al respecto.

## Conclusión

A través del estudio de mercado se estableció que existe una demanda que puede ser acaparada por la empresa, con el fin de incrementar su producción y por ende sus ventas.

Al organizar personas con visiones emprendedoras pueden encaminar una lógica consecuencia de consolidarse a futuro como potenciales Pymes o grandes empresarios.

Al analizar la situación económica basada en el ámbito textil ecuatoriano, se logra cambios respecto a temas de Matriz Productiva en función a los artesanos y demás factores de relevancia económica.

## Referencias bibliográficas

FREIRE Andy (2015), 50 Claves para emprendedores, 1ra Edición, Argentina.

LARA Juan (2007), Administración Financiera, 1ra Edición, Quito –Ecuador.

REYES Agustín (2005), Administración de Empresas Teoría y Práctica 2da parte, Mexico, Editorial Limusa de Grupo Noriega Editores

URBANO David y TOLEDANO Nuria(2008), Invitación al emprendimiento, 1ra edición, Barcelona – España, Editorial UOC.



# Migración internacional de retorno y desarrollo de emprendimientos turísticos en Riobamba-Ecuador

**José Álvarez-Román**

Universidad Nacional de Chimborazo  
Universidad Nacional Mayor de San Marcos  
jalvarez@unach.edu.ec

**María José Álvarez-Verdezoto**

Gerente Propietaria Empresa DistriSnacks  
mjav2004@hotmail.com

**Diego Calvopiña-Andrade**

Universidad Nacional de Chimborazo  
dcalvopina@unach.edu.ec

## Resumen

El objetivo fue realizar un diagnóstico de la situación actual del colectivo migrante internacional retornado y su influencia en el desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba-Ecuador. La investigación fue descriptiva, el diseño del estudio parte de técnicas de análisis cuantitativo en un estudio de caso. El tamaño de la muestra fue de 271 migrantes internacionales retornados. Las variables estudiadas fueron socio-demográficas, perfil psicológico, motivación, capacidades y competencias y desarrollo de emprendimientos turísticos. Entre los hallazgos más importantes se obtuvo que el 85% emigró por cuestiones de trabajo y al retornar el 70% se encuentra desempleado, el 45% de personas desea trabajar en el sector turístico y el 56% requiere apoyo financiero. Existe un conocimiento y habilidades aprendidas en el ámbito laboral que no son aprovechadas en el país de retorno; se concluyó que el 67% tiene una actitud y aptitud positiva para el emprendimiento.

**Palabras Clave:** Migración de retorno, desarrollo social, emprendimiento

## Abstract

The objective was to make a diagnosis of the current situation of the returned international migrant group and its influence in the development of tourist enterprises in the city of Riobamba-Ecuador. The research was descriptive, the study design based on quantitative analysis techniques in a case study. The sample size was 271 returned international migrants. The studied variables are socio-demographic, psychological profile, motivation, capacities and competences and development of tourist enterprises. Among the most important findings was that 85% emigrated because of work and when returning 70% is unemployed, 45% of people want to work in the tourism sector and 56% require financial support. There is knowledge and skills learned in the labor field that are not used in the country of return; It was concluded that 67% have a positive attitude and aptitude for entrepreneurship.

**Keywords:** Return migration, social development, entrepreneurship

## Introducción

En Ecuador se puede evidenciar desde hace más de un siglo los movimientos migratorios a nivel nacional e internacional; luego de la reforma agraria, en la década de los 70 del siglo pasado, se intensifica la migración del campo a la ciudad, creciendo las urbes de una manera acelerada y desordenada, incrementándose los cordones

de miseria, mientras en el campo la productividad disminuyó considerablemente. “Existe una relación directa entre migración, marginación y desarrollo humano; tanto que aquellas zonas con los menores niveles de desarrollo y con una existencia importante de marginación son aquellos que tienen las más altas tasas de expulsión de población” (ONU, 2010).

En el año 1999 se observó la mayor caída del sistema financiero del país, la crisis bancaria y cambiaria producida en 1998 y 1999 en la presidencia de Jamil Mahuad, el dólar experimentó una abismal subida a 25.000 sucres, originando la migración de dos millones de ecuatorianos hacia España, Estados Unidos e Italia, en busca de trabajo y mejores días para su familia (Álvarez, 2008).

Herrera, Moncayo y Escobar (2012) sostienen que la desaceleración de la migración se produce principalmente en el flujo hacia Europa y es causada por factores externos: la implantación de la visa Schengen a los ciudadanos ecuatorianos y, desde 2008 en adelante, la crisis financiera global que se traduce en una caída drástica del empleo en el principal destino de la migración ecuatoriana: España. La agudización de la crisis en los países de destino no solo ha inhibido la salida de nuevos emigrantes del Ecuador sino que ha frenado los procesos de reunificación familiar e inclusive está incentivando el retorno (Izaguirre, 2011; Moncayo, 2011; Schramm, 2011).

Debido a la recesión mundial que golpea a los principales países de destino de los migrantes latinoamericanos y andinos (Estados Unidos, España e Italia), los trabajadores migratorios se ven afectados por situaciones como la falta de empleo, la reducción de horas laborales y la disminución de sus ingresos. Esta recesión no solo tiene consecuencias para ellos, sino para la cadena de personas, familias e instituciones nacionales y supranacionales que están de una u otra manera vinculados y que van desde las familias receptoras de remesas, pasando por las empresas remesadoras y otros intermediarios financieros; hasta el nivel macro: las economías de los estados. Por lo tanto, esta crisis en su relación con las migraciones implica desafíos en diversos niveles (Genta, 2009).

Dentro de este proceso es necesario establecer líneas de investigación y programas públicos que puedan también conformar el cambio de matriz productiva, tal y como subraya el Plan del Buen Vivir, en el cantón Riobamba, en aras de un sector agropecuario, manufacturero y de servicios con mayor productividad y valor añadido, un mayor peso de la industria o el desarrollo paulatino del sector turístico. Para ello es fundamental la puesta en marcha de emprendimientos en estas áreas, que puedan conformar e iniciar un verdadero cambio de matriz productiva en Riobamba.

Las potencialidades que plantean los flujos migratorios para el emprendimiento turístico no sólo se corresponden a las remesas, cada vez más en estos últimos años se detecta la vuelta y el retorno de personas migrantes de origen ecuatoriano (Izaguirre, 2011; Schramm, 2011; Ramírez, 2013). Estos emigrantes retornados, junto a los posibles capitales económicos que poseen muestran en muchos casos también toda una serie de capacidades de tipo intangible asociadas a los capitales sociales y humanos, destrezas y competencias apprehendidas en el lugar de destino migratorio.

Las potencialidades turísticas con que cuenta la provincia de Chimborazo y concretamente el cantón Riobamba, no han sido aprovechadas adecuadamente hasta el momento. Se requiere desarrollar el grupo prioritario de negocios turísticos para la provincia de Chimborazo como: turismo ecológico y de aventura, turismo de observación, turismo etnológico y arqueológico, turismo de salud y comunitario (MCPEC, 2011).

Mediante esta investigación, se pretende indagar el potencial de las personas migrantes retornadas en el ámbito

de los emprendimientos turísticos, con el fin de aprovechar adecuadamente los capitales aprendidos para la puesta en marcha de emprendimientos que puedan redundar en el desarrollo económico y social de Riobamba.

Esta investigación es la continuación de varios trabajos anteriores desarrollados por los autores en el campo de la migración internacional. Los resultados que se presentanson de gran interés para el avance en el debate en torno al papel del retorno dentro del desarrollo de los países de origen.

### **Importancia del problema**

Es un problema de actualidad y de trascendencia social y económica, en los últimos diez años se observa en la ciudad de Riobamba que 1.705 migrantes internacionales han retornado. El propósito de la investigación es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente sobre la migración internacional de retorno, que en estos últimos años ha cobrado relevancia dentro del estudio de las migraciones internacionales y la movilidad humana, y el desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba. Su desarrollo ayudará a determinar estrategias para resolver varios problemas que la misma ocasiona.

El proyecto se encuentra alineado con el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, la Agenda para la Transformación Productiva Territorial del país y de la provincia de Chimborazo y el Plan de Desarrollo Turístico 2020.

El poder contar con datos permanentes y confiables permitirá conocer cuál es el impacto que está teniendo y pueden tener las migraciones internacionales de retorno y los emprendimientos turísticos en la ciudad de Riobamba, a fin de delinear las políticas públicas locales necesarias para un abordaje integral, y coordinar las acciones pertinentes para la incidencia de este ámbito. En el Plan de Desarrollo Turístico 2020 se propone promover una cadena productiva turística armonizada, que dinamice actividades económicas tales como el alojamiento, la alimentación y el transporte, entre otros servicios, con alta incidencia en la valorización del patrimonio cultural y natural. Con el propósito de impulsar el turismo de manera planificada a largo plazo promoviendo la multiplicación de fuentes de empleo como base económica para el país y en especial en las comunidades locales.

A través de esta investigación se desea profundizar en la relación entre migraciones internacionales de retorno y emprendimientos turísticos, analizar las características y perfiles idóneos de los migrantes retornados e identificar las variables determinantes para el desarrollo exitoso de los emprendimientos turísticos en un escenario prospectivo y colaborar a su vez en el cambio de matriz productiva en la ciudad de Riobamba. Para ello, se quiere partir de lo que ya existe y plantear cauces de colaboración, cooperación y coordinación con todos los agentes socioeconómicos e instituciones públicas implicadas, para así poder aprovechar al máximo las capacidades y capitales de los migrantes y sus familias. Todo ello desde un acercamiento en el que toma relevancia la innovación social como fuente y base para el desarrollo económico y social.

Las instituciones interesadas y que requieren del proyecto para contribuir con soluciones al problema planteado son: Asociación de Migrantes Retornados de la Provincia de Chimborazo, Universidad Nacional de Chimborazo, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Riobamba, Ministerio de Turismo Zona 3, Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana Zona 3.

### **Metodología**

La investigación fue descriptiva, utilizó técnicas cuantitativas en un estudio de caso, se realizó una caracterización del hecho migratorio de retorno y su impacto en el desarrollo de emprendimientos turísticos, en una situación

temporal y geográfica determinada. Se midió de forma independiente las variables, con el fin de describir y estimar parámetros.

Para calcular el tamaño de la muestra se consideró una población de 1.705 emigrantes retornados, con una probabilidad que desarrollen emprendimientos turísticos del 30%, un nivel de confianza del 95% y el error muestral de +/- 5%. Teniendo en cuenta estos datos y utilizando la fórmula de Canavos, se obtiene una muestra de 271 personas mayores de 18 años con experiencia migratoria. El muestreo fue probabilístico, se tomó de manera aleatoria; es decir, todos los migrantes retornados tuvieron la posibilidad de ser seleccionados para la investigación.

En la investigación de campo se trabajó directamente con los migrantes retornados a la ciudad de Riobamba, también se aprovechó las reuniones efectuadas en la Red Internacional de Migrantes Retornados de Chimborazo; los datos se obtuvieron de manera directa, sin controlar ni manipular las variables. Las encuestas fueron validadas inicialmente por expertos en el tema migratorio y desarrollo de emprendimientos, y luego mediante Alfa de Cronbach. Se consultó sobre los siguientes aspectos: información general, país de destino y capacitación, retorno y situación actual, retorno y emprendimientos, emprendimientos turísticos y autoevaluación del perfil emprendedor.

La información obtenida a través de las fuentes primarias se recolectó mediante un cuestionario, utilizando el programa informático SPSS, se elaboró una base de datos para procesar la información; el análisis descriptivo consistió en asignar un atributo a cada una de las variables, los atributos son estadísticos descriptivos como: la media aritmética, mediana, moda, varianza y el coeficiente de correlación.

## **Resultados**

Se presentan los resultados de la encuesta aplicada a migrantes internacionales retornados a la ciudad de Riobamba y que son mayores de 18 años, y en concordancia con el objetivo de esta investigación “realizar un diagnóstico de la situación actual del colectivo migrante internacional retornado y el impacto que pueden tener en el desarrollo de emprendimientos turísticos”, se investigó sobre los siguientes aspectos:

### **Información general**

A los migrantes retornados se les consultó sobre su edad, considerando que en el ámbito de la migración y los emprendimientos, la edad es una variable importante de ser analizada. La edad promedio de los migrantes retornados es de 43,5 años y una desviación estándar de 10,52 años. Se observa que el 15% es menor a 33 años que es una edad relativamente joven, el 54% tiene entre 33 y 47 años, el 26% se encuentra entre 47 y 61 años y el 6% es mayor a 61 años. Los datos ponen de manifiesto que este grupo de emigrantes retornados se encuentra en una edad adecuada para producir, trabajar y desarrollar emprendimientos.

La migración internacional femenina se incrementó notablemente en la última oleada migratoria internacional. Según el INEC (2010), a nivel nacional se observa que el 53% corresponde al sexo masculino y el 47% al femenino. De los resultados de esta investigación, el mayor porcentaje de emigrantes internacionales retornados son del sexo masculino con el 51%, mientras que del sexo femenino corresponde al 49%, observando una relación muy estrecha con los resultados oficiales.

Según los datos del INEC (2010), los niveles de instrucción de los migrantes retornados en la ciudad de Riobamba es superior a la poblacional, que indica que el 93,6% tiene primaria completa y el 67,3% tiene secundaria completa. Los resultados de la investigación arrojaron lo siguiente: el 15% culminó la primaria; el

56% culminó la secundaria, el 12% tiene instrucción superior no universitaria y el 17% tiene formación universitaria. Se aprecia que el 100% de los migrantes retornados tienen educación primaria completa, el 85% secundaria completa y 29% tiene instrucción superior, lo que pone de manifiesto que el 29% se encuentra preparado o se cualificó para desenvolverse en el campo laboral.

La emigración ha modificado considerablemente no sólo la población económicamente activa, sino también la estructura del mercado laboral, influyendo en la reducción del nivel de desempleo en Ecuador. Según Álvarez (2008), el 88% de emigrantes en la provincia de Chimborazo salieron en busca de trabajo. En el caso de Riobamba no se aleja de esta realidad, la mayoría de emigrantes también viajaron en busca de trabajo como podemos evidenciar que el 85% emigraron en busca de trabajo, el 4% por educación, el 2% por negocios, el 2% por turismo y el 8% por cuestiones familiares.

### **País de destino y capacitación**

La última ola migratoria de los ecuatorianos se caracterizó por el cambio de país de destino, el incremento de la emigración a España, de acuerdo a los resultados de la encuesta e investigaciones realizadas señalan que existió mayor facilidad de encontrar trabajo, jugando un papel determinante el idioma, la religión y la cultura que sin duda facilitaron la inserción del migrante. Los problemas económicos suscitados en Europa y de manera particular en España desde el 2008, obliga a que retornen al país de origen como bien se indica que los principales destinos de los migrantes retornados son España con el 83%, seguido de Estados Unidos con el 8%, Venezuela con el 6%, Alemania 2% e Italia con el 2%.

Según Moreno (2015), “la inmensa mayoría de la población ecuatoriana residente en España vino en la franja de años que va de 1998 a 2003, exactamente un 77,7% del total. Inicialmente llegaron a Madrid y posteriormente se desplazan a otros lugares como Barcelona, Murcia o el Levante. Unido al año de llegada, la población de origen ecuatoriano muestra un gran arraigo social y documental, que hace que un 52,8% tenga la doble nacionalidad y un 24,5% autorización de residencia permanente. La suma de estas dos categorías asciende a un 78,8%”.

Los migrantes retornados permanecieron en el país de destino, pues un 2% entre 0 y 1 año, el 8% entre 1 y 5 años, el 34% entre 5 y 10 años, el 32% entre 10 y 15 años y el 24% más de 15 años; siendo el tiempo promedio de residencia de 12,5 años. En consecuencia, el 90% de emigrantes retornados residieron 5 años o más, coincidiendo con otros estudios que la crisis económica de España golpeó con mayor intensidad a quienes residieron más tiempo, por haber adquirido una vivienda propia que resultó ser una trampa por los problemas de pago y desahucios ocurridos.

La capacitación es un factor fundamental que busca desarrollar actitudes y cualidades útiles para la vida y que permitirán preparar al migrante, dándole los medios para que pueda desenvolverse sin dificultades en su nueva vida en el extranjero. En cuanto se refiere a la capacitación recibida en el país de destino, el 64% de personas manifiestan que recibieron capacitación para el desarrollo de sus actividades laborales, mientras el 27% opina que no se capacitaron y el 9% no opina. Sin embargo, existe un aprendizaje significativo que los migrantes retornados han adquirido en el país de destino, aún sin haber recibido capacitación formal, que bien puede ser aprovechada en el desarrollo de emprendimientos productivos.

La capacitación estuvo orientada principalmente al ámbito laboral y profesional, resultando provechoso para los migrantes y para el país de acogida, pues les ayudó a comprender mejor las características del proceso migratorio

y contribuyó con la disminución de la ansiedad que sintieron al tener que desenvolverse en un nuevo medio de forma autónoma, productiva y de integración a la sociedad de acogida. Según los migrantes retornados la capacitación recibida fue preferentemente en el ámbito laboral y profesional con el 44%, en el aspecto educativo apenas es el 6%, en lo cultural el 4%, otro tipo de capacitación el 13% y no respondió el 34%.

La mayoría de migrantes retornados, esto es el 83% proceden de España, los sectores de actividad preferidos por los ecuatorianos en ese país fueron: construcción, comercio, hostelería, industria, hogares y servicios personales y agricultura, ganadería y pesca. El mayor porcentaje corresponde al 22% que trabajaron en el sector de hostelería y turismo, seguido con el 21% en construcción, 15% en industria, 14% en el sector agrícola ganadero, 9% en servicios domésticos, 7% en transporte, 4% en el sector salud, el 2% en la docencia y el 6% estuvo desempleado.

El retorno del capital humano, con conocimientos adquiridos de nuevas sociedades, experiencias teóricas y prácticas, redes sociales culturales, económicas y políticas, lengua o lenguas aprendidas, sin duda beneficia a los países de destino y a los países emisores. Estos conocimientos no sólo son profesionales o académicos, sino que también son experiencias laborales que pueden contribuir a la eficiencia, mayor producción y desarrollo de emprendimientos. Al ser consultados sobre la utilidad actual de los conocimientos recibidos en el país de destino, manifestaron el 19% que le están sirviendo mucho, el 25% le sirven poco, el 11% no le sirven, el 34% nada y el 11% no respondió. En consecuencia, el 44% de migrantes de alguna manera si están aprovechando los conocimientos recibidos, mientras que el 56% simplemente no le son útiles.

### **Retorno y situación actual**

El retorno migratorio se produce principalmente por la crisis económica actual de los países de destino y la falta de oportunidades laborales que en tiempos pasados ofrecían cierta estabilidad. La decisión de regresar a su país de origen no es sólo por factores económicos, hay otras razones como retomar los lazos afectivos de las relaciones familiares o la intención de emprender. El 40% de migrantes retornó por cuestiones familiares, mientras el 37% regresó por problemas económicos, un 14% con la intención de emprender, el 8% culminó su proyecto migratorio y el 2% por otras razones. El mayor porcentaje manifiesta que su retorno se debe al valor de estar con la familia, y ello lleva a pensar que quiere ocultarse el fracaso existente de su proyecto migratorio y que en parte puede ser real que el regreso se deba a su familia aunque implícitamente podría estar el tema de la crisis.

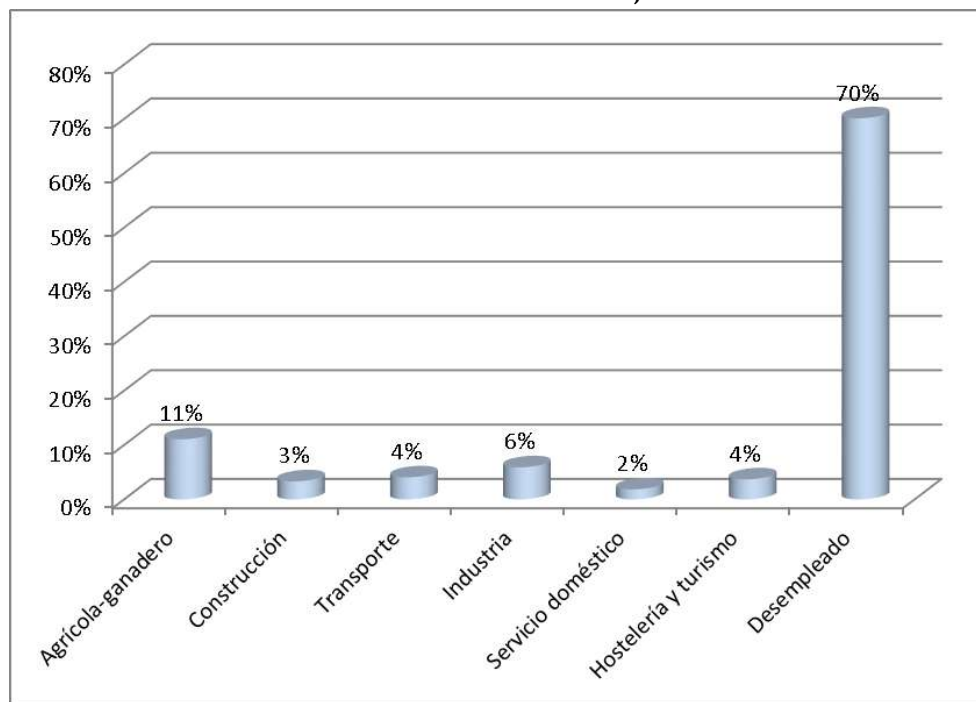
La crisis económica mundial está forzando a muchos ecuatorianos a volver a su país y a muchos otros a posponer o descartar la emigración como solución de vida. La crisis ocasionó un desempleo masivo en España, el principal país de destino para los emigrantes ecuatorianos. Durante estos últimos 7 años el retorno en la ciudad de Riobamba se incrementó considerablemente, el 17% se encuentra entre 0 y 1 año, el 72% entre 1 y 5 años el 7% entre 5 y 10 años, el 3% entre 10 y 15 años y el 2% más de 15 años. De lo expresado, se observa que el 95% de personas retornaron en los últimos 5 años.

Es muy común escuchar entre los migrantes retornados los problemas de integración social, muchos padres se enfrentan al rechazo de sus hijos, situación que no habían previsto y que implica para ellos un largo y difícil proceso de reconquista, que no siempre se puede lograr; las dificultades en los sectores laborales, financieros y sociales de Ecuador. Se evidencia que el 72% de personas retornadas manifiesta tener problemas de integración social, mientras el 28% opina que no ha tenido problemas.

Los problemas de integración económica en los actuales momentos es muy compleja para los migrantes retornados, durante el tiempo que estuvieron en el exterior perdieron los contactos para la inserción laboral, la edad influye en una menor posibilidad para hallar empleo y los ahorros personales son muchas veces limitados. La mayoría de migrantes consultados vienen con alguna idea o expectativa empresarial pero se encuentran con ausencia de información o sin medidas estatales eficientes que le ayuden al desarrollo del emprendimiento. Así se evidencia en los resultados, donde el 96% de migrantes manifiesta tener problemas de integración económica, mientras el 4% opina que no ha tenido problemas.

Al ser consultados el sector laboral donde trabaja actualmente, el 70% son desempleados, el 11% se encuentra en el sector agrícola ganadero, el 6% en la industria, el 4% en hotelería y turismo, el 3% en la construcción, el 4% en el sector transporte y el 2% en el servicio doméstico. Estos datos sin duda son alarmantes y requieren la intervención urgente de las instituciones públicas y privadas para reducir la brecha de desempleo de este grupo humano vulnerable.

**Gráfico 1. Sector laboral donde trabaja actualmente**



**Fuente:** Autores, Ecuador 2017

Los migrantes retornados deberían convertirse en los actores privilegiados que contribuyan con el desarrollo socioeconómico del país. Sin embargo, se están desaprovechando la experiencia, sus conocimientos prácticos y teóricos, los contactos que poseen, etc. Por ello se deben generar nuevos planes de desarrollo que consideren a la población migrante retornada como ejecutores prácticos de los mismos.

En relación al apoyo institucional público y privado para la inserción laboral de los migrantes retornados, opinó el 12% que es muy adecuada, el 16% es adecuada, el 17% ni adecuada ni inadecuada, el 32% inadecuada, el 19% muy inadecuada y el 4% no responde. La percepción de las personas retornadas en un 36% es que las instituciones públicas y privadas si están brindando apoyo para la inserción laboral, mientras el 64% opina que no se brinda el apoyo correspondiente.

Frente al limitado apoyo institucional público y privado para la inserción laboral, es necesario generar políticas eficientes y de organizaciones que orienten un retorno de migrantes de tipo productivo y con impacto en el desarrollo, se hace necesaria la sensibilización de la opinión pública acerca del nuevo fenómeno y favorecer la integración sociocultural entre quienes están viviendo - o sufriendo - un sinnúmero de acciones discriminatorias por su condición de retornados.

Entre las principales alternativas que sugieren para mejorar la inserción laboral de los migrantes retornados, el 43% cree que se deben generar fuentes de empleo, el 38% requieren capacitación para el desarrollo de emprendimientos y el 19% requiere apoyo económico. Estos factores de cambio que solicitan para mejorar su futuro y su situación económica deben ir de la mano con la implementación de políticas de Estado y a nivel local.

### **Retorno y emprendimiento**

La relación entre migración de retorno y emprendimiento es hoy de gran interés, porque el emprendimiento puede contribuir al desarrollo de los países de origen, estimular la innovación, fomentar la creación de empresas pequeñas y medianas y generar empleo, además de crear capital social a través de las fronteras (Newland & Tanaka, 2010). Las instituciones públicas y privadas deben promover el emprendimiento y facilitar la incorporación de los retornados en el mercado laboral, mediante programas de empleo y apoyo al emprendimiento.

En relación a la generación de emprendimientos productivos, el 34% nos indica que, si realizó algún tipo de emprendimiento tras su retorno a Ecuador, mientras el 66% no emprendió. Como se evidencia, la experiencia migratoria por sí sola no ofrece garantías de desarrollo de iniciativas emprendedoras, ni asegura transferencias de capital o conocimientos que posibiliten el desarrollo económico de las zonas de origen.

Respecto al tipo de emprendimiento desarrollado, el 12% incursionó en emprendimientos agrícola-ganadero, el 6% en la industria, el 9% en el comercio, el 11% en turismo, el 1% en decoración y no respondió el 60%. Los emprendimientos desarrollados por los migrantes retornados obedecen en su gran mayoría a la “necesidad” de tener un trabajo y contribuir al sostén económico familiar e inclusive permiten disminuir el desempleo en la sociedad, pero el desarrollo económico es limitado. Cuando el emprendimiento se ha desarrollado por “*oportunidad*”, tiene mejores visos de éxito si aprovechan adecuadamente las oportunidades presentes, pero también dependen de factores del entorno económico, cultural, político e institucional en el que se desarrollan. En cuanto tiene que ver con las dificultades que han tenido para poner en marcha los emprendimientos manifiestan el 30% la insuficiencia económica, el 13% la falta de apoyo institucional, el 11% la normativa compleja, el 8% desconocimiento del negocio y el 38% no respondió. La insuficiencia económica es uno de los factores determinantes a la hora de desarrollar un emprendimiento, el acceso a los mercados de crédito es muy limitado y las exigencias son a veces inalcanzables, lo que dificulta la generación de nuevos emprendimientos. Los migrantes retornados constituyen un capital humano que debe ser aprovechado, pueden realizar transferencia de conocimientos y en ciertos casos de capital acumulados durante su permanencia en el extranjero.

También fueron consultados respecto al sector donde quisieran desarrollar emprendimientos productivos, el 18% desearía emprender en el sector agrícola-ganadero, el 4% en industria, el 24% en comercio, el 25% en turismo, el 10% en otros negocios y el 19% no respondió. Es importante aclarar que esta pregunta se refiere de manera general a emprendimientos individuales o societarios.

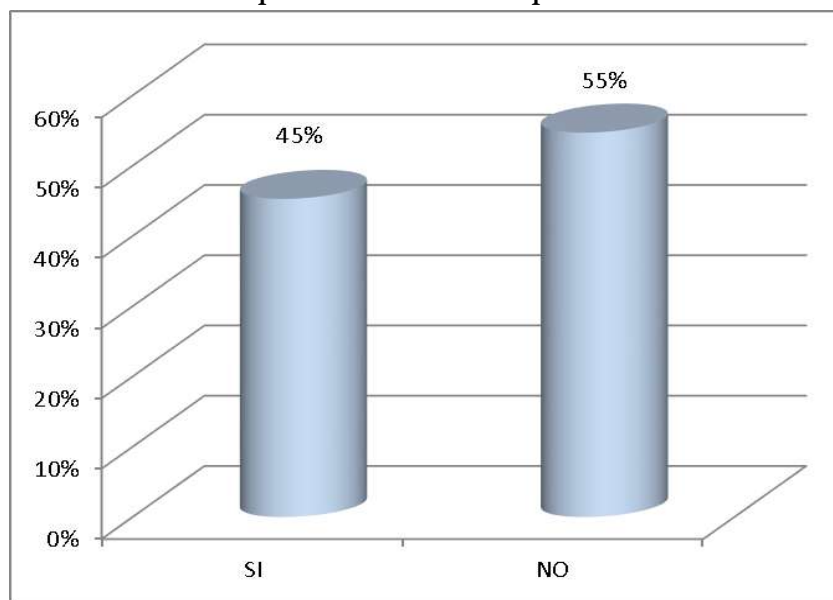


En relación a la cantidad de dinero que estarían dispuestos a invertir en un emprendimiento productivo, el 23% entre 500 y 10.000 dólares, el 8% entre 10.000 y 20.000 dólares, el 4% entre 20.000 y 30.000 dólares, el 2% entre 30.000 y 40.000 dólares y el 64% no responde. En consecuencia, el 36% de personas desean invertir su dinero en emprendimientos, mientras el 64% no están dispuestos o simplemente no cuenta con recursos económicos. Del análisis realizado, el 64% de emigrantes retornados no disponen de un capital para destinarlo al emprendimiento, la situación en la que regresaron fue muy difícil y debe ser un tema de estudio; lamentablemente un mal cálculo en las inversiones o la pérdida de trabajo en el país de destino hace que su situación se agrave. Generalmente aquellos migrantes que pudieron ahorrar son los que tienen mayores posibilidades de emprender y dedicarse a actividades empresariales por cuenta propia.

### Emprendimiento turístico

El interés de los migrantes retornados en invertir en emprendimientos turísticos es bastante elevado, pues el 45% de personas desea trabajar en este sector, mientras el 55% no tiene interés. Si analizamos el sector donde trabajaron en el país de destino observamos que es el área de turismo donde se desarrollaron mayoritariamente y suponemos que conocen del negocio.

**Gráfico2. Interés para invertir en un emprendimiento turístico**

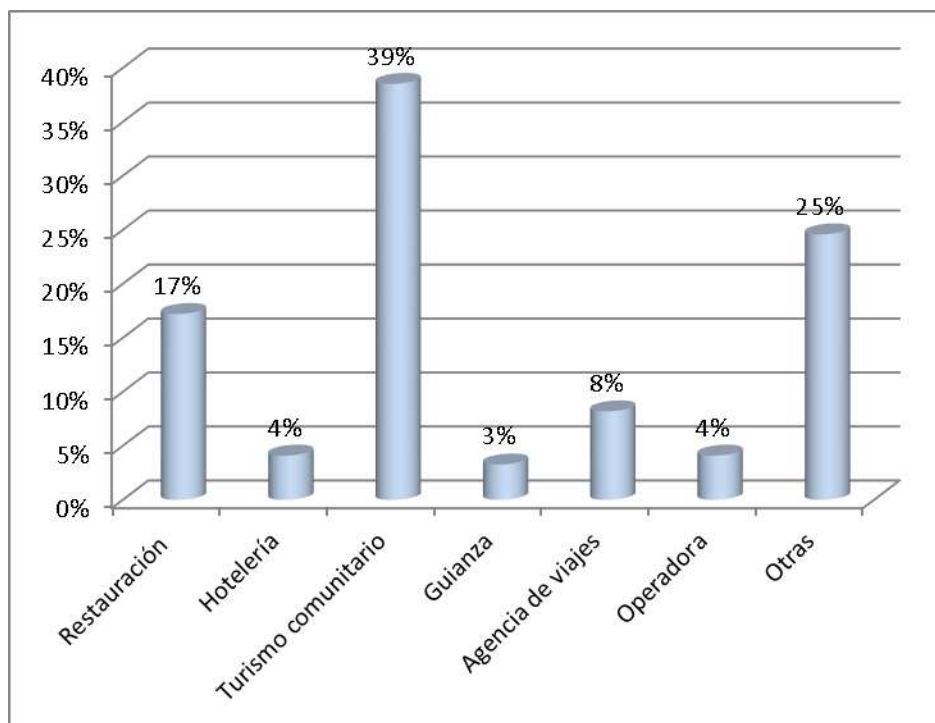


**Fuente:** Autores, Ecuador 2017

El 22% de migrantes retornados trabajó en el sector de hostelería y turismo, en consecuencia, adquirieron conocimientos y habilidades que bien pueden ser aprovechados para el desarrollo de emprendimientos. Además, debemos tener en cuenta que el capital humano y el capital financiero son factores determinantes del emprendimiento.

De las personas interesadas en desarrollar emprendimientos turísticos, desearían realizarlo el 17% en el área de restauración, el 4% en hotelería, el 39% en turismo comunitario, el 3% en guianza, el 8% en agencia de viajes, el 4% en una operadora y el 25% en otras áreas. El mayor porcentaje desearía emprender en el área de turismo comunitario con el 41% y en restauración con el 29%.

**Gráfico 3. Áreas en la que desea invertir**



**Fuente:** Autores, Ecuador 2017

Como se mencionó anteriormente, los factores determinantes del emprendimiento son el capital humano y el capital financiero, esta afirmación se contrasta con los resultados obtenidos que hacen referencia al capital disponible, apoyo financiero y capacitación.

Entre los factores de mayor relevancia y que contribuirá en la puesta en marcha de un emprendimiento turístico se encuentra el apoyo financiero con el 56%, seguido de capacitación con el 35% y la disponibilidad de un capital con el 9%. Sin duda un factor determinante en el desarrollo de emprendimientos es el acceso al financiamiento, del diagnóstico que se realizó con expertos en el tema, manifiestan que muchos proyectos interesantes y con visos de éxito se han diseñado, pero al momento de buscar financiamiento no se puede acceder o las condiciones que pone la banca es demasiado exigente a la hora de otorgar un crédito. Por lo que es urgente buscar nuevas alternativas y líneas de financiamiento accesibles con tasas de interés preferencial.

Con el propósito de asegurar el éxito de la inversión en base a estudios muy bien estructurados para el desarrollo de un proyecto y con el fin de motivar a los migrantes retornados hacia el emprendimiento, se consultó sobre la disponibilidad que tienen para invertir en un proyecto piloto, el 70% si estaría dispuesto a invertir, mientras el 30% no le interesa.

El análisis descriptivo se centra en los constructos relacionados con los factores socio-económicos, perfil psicológico, motivación, innovación y creatividad, energía e iniciativa personal, capacidad de análisis, capacidad de influencia y propensión al riesgo. Se aprecia la autoevaluación de los migrantes retornados, los mismos que manifiestan poseer atributos positivos para desarrollar emprendimientos turísticos en 22 variables de un total de 33 variables. Es decir, el 67% de emigrantes retornados manifiestan una actitud y aptitud positivas para desarrollar emprendimientos.

## Conclusiones

Del diagnóstico situacional, se detecta un elevado interés de los migrantes retornados para el desarrollo turístico y además se subrayan las potencialidades que posee la ciudad de Riobamba y la provincia de Chimborazo. Si a este hecho se suma la relevancia y el impacto económico que tiene el fenómeno migratorio, se estima que los emprendimientos turísticos serán viables y factibles. En la actualidad no existen experiencias reseñables en el desarrollo de los emprendimientos de la población emigrante retornada, por lo que es necesario poner en marcha un programa piloto en la ciudad de Riobamba.

Entre las principales dificultades detectadas para poner en marcha un programa de emprendimiento son: a) El propio proceso migratorio de retorno no siempre es exitoso y además frecuentemente las expectativas creadas y el contexto existente no siempre casan. b) En varias ocasiones se recalca la falta de cultura organizativa y de gestión de negocios que se da en el sector turístico y hostelero de la ciudad y que hace que frecuentemente la atención que se ofrece al cliente, ya sea turista o no, sea inadecuada y deficiente.

El interés de los migrantes retornados en invertir en emprendimientos turísticos es bastante elevado, pues el 45% de personas desea trabajar en este sector. Así también, el 22% de migrantes trabajaron en el país de destino en el sector de la hostelería y el turismo; en consecuencia, se supone que conocen del negocio. El 70% de personas manifiestan su predisposición de invertir en un proyecto piloto y el 56% requiere apoyo financiero. De la autoevaluación realizada a los migrantes retornados sobre las características personales para emprender un negocio en cuanto tiene que ver a los factores socio-demográficos, perfil psicológico, motivación, innovación, creatividad, iniciativa personal, capacidad de análisis, capacidad de influencia y propensión al riesgo; se evidenció que el 67% tiene una actitud positiva para el emprendimiento. Existe un conocimiento y habilidades aprendidas en el ámbito laboral que no son aprovechadas en el país de retorno.

## Referencias bibliográficas

- Banco Mundial (2011): Migrations and remittances. Factbook 2011. Washington: World Bank.
- Binford, Leigh (2002). "Remesas y subdesarrollo en México". Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad. n° 90, pp. 117-158.
- Camacho, Gloria (2007). Sistema de información sobre migración laboral. Quito: Observatorio Laboral Ecuatoriano.
- Castles, Stephen y Delgado, Raúl (Coord.). Migración y desarrollo: Perspectivas desde el Sur. México D.F.: Miguel Ángel Porrúa. 2007.
- Cerezo, Prometeo (2011). "Migraciones, desarrollo, remesas y crisis económica internacional". Anuario Jurídico y Económico Escurialense, vol. 44, pp. 187-208.
- Durand, Jorge (2007). "Remesas y desarrollo: las dos caras de la moneda" en LEITE, Paula; Zamora, Susana y Acevedo, Luis (eds.). Migración internacional y desarrollo en América Latina y Caribe. México D.F.: CONAPO.
- FLACSO (2008). Ecuador: las cifras de las migraciones internacionales. Quito: UNFPA-FLACSO.
- Goycochea, Alba y Ramírez, Franklin (2002). "Se fue, ¿a volver? Imaginarios, familia y redes sociales en la migración ecuatoriana a España (1997-2000)". Íconos, n° 14, pp. 32-45.
- Genta, G. y. (2009). Crisis y migración: el retorno esperado o búsqueda de alternativas. Sistema de Información sobre Migraciones Andinas, 2-3.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). Metodología de la Investigación. México: McGRAW-HILL.
- Herrera, G. (2011). Perfil Migratorio del Ecuador. Organización Interamericana para las Migraciones. OIM, 14.

- INEC, I. N. (2010). Censo de Población y Vivienda. Quito.
- MCPEC. (2011). Agenda para la Transformación Productiva Territorial. Provincia de Chimborazo. Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad.
- Newland, K., & Tanaka, H. (2010). Mobilizing Diaspora Entrepreneurship for Development. Washington D.C.: MigrationPolicyInstitute.
- OIM. (2006:65). Glosario sobre migración. Ginebra: Organización Internacional para las Migraciones.
- OIM. (2012). Perfil Migratorio del Ecuador 2011.
- ONU, O. d. (2010). Migración Internacional y Desarrollo. Informe del Secretario General, 15.
- Rosales, M. (2009). La perspectiva de la migración internacional en el INCEDES, 11.
- SIISE, S. I. (2014). VII Censo de Población y VI de Vivienda. Ecuador.

# El emprendimiento en estudiantes universitarios – Un estudio de caso en Colombia

**MSC. Mario Samuel Rodríguez Barrero**

Universidad Cooperativa de Colombia  
mario.rodriquezb@campusucc.edu.co

**MSC. Gustavo Adolfo Rubio Rodríguez**

Universidad Cooperativa de Colombia  
Gustavo.Rubio@campusucc.edu.co

**Dr. Mario Heimer Florez Guzman**

Universidad Cooperativa de Colombia  
mario.florez@campusucc.edu.co

## Resumen

En este escrito se socializan los resultados de una investigación donde se analizó el perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas en el colombiano, en el entendido que el emprendimiento debe ser característica diferenciadora de los futuros administradores, quienes deben crear nuevas empresas e innovar en las existentes. En la introducción se muestran las estadísticas que evidencian la importancia del tema, seguidamente, se presentan los postulados relacionados con el emprendimiento, profundizando en el modelo GEM. En la metodología se define el tipo de estudio, población y muestra, se describen los métodos de recolección de información y finalmente presentan y discuten los resultados, concluyendo que es necesario implementar un modelo que fortalezca el perfil emprendedor de los estudiantes universitarios.

**Palabras clave.** Emprendimiento, universitario; Perfil, emprendedor,

## Introducción

Según el más reciente Boletín Técnico del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) colombiano, el porcentaje de personas en situación de pobreza en Colombia es del 27.8%, el porcentaje de personas en situación de pobreza extrema es de 7,9% y, en términos de desigualdad el coeficiente de Gini registró 0,522 (DANE, 2015), cifras que evidencian que Colombia sigue siendo uno de los países en donde se presenta mayor desigualdad y pobreza de la región.

En escenarios como estos, el emprendimiento tiene un papel muy importante, pues a través de la actividad emprendedora, se crean empresas, se genera empleo, se disminuye la pobreza, la desigualdad, y es posible mejorar la calidad de vida de los ciudadanos (Petit, 2007). Entendiendo esto, la promoción del emprendimiento se ha convertido en un reto para el Estado y en especial para sistema educativo colombiano, pues es a través de los emprendedores es que se crean empresas y se generan nuevas oportunidades de empleo y progreso. Por este motivo, el Gobierno ha buscado estimular la formación en emprendimiento, trazando una política nacional en torno a este tema, para impulsar el nacimiento y crecimiento de las empresas, generar desarrollo económico y disminuir la desigualdad. Es así como desde la Ley 1014 de 2006 o Ley del Emprendimiento, se entiende éste como “una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado”, Así mismo, en esta ley se considera que el resultado del emprendimiento es la creación de valor en beneficio de la empresa, la economía y la sociedad, resaltando la importancia del mismo.

En cuanto a la formación en emprendimiento, las universidades tienen un papel muy importante, pues durante esta etapa los estudiantes pueden desarrollar una cultura emprendedora, siempre y cuando la universidad incorpore en su currículo, estrategias a través de las cuales incentive y fomente el emprendimiento, con actividades de formación, desarrollo de competencias, ambientes empresariales, y creando todo un ecosistema que motive a los estudiantes a emprender, pues la universidad es el campo propicio para desarrollar actividades de emprendimiento efectivo, que trasciendan en el tiempo. (Ruiz J., Cabeza P. & Briano T., 2012).

La Universidad Cooperativa de Colombia, como la más grande del país, con cerca de 56 mil estudiantes en 18 sedes, tiene un gran reto con relación a la formación en emprendimiento, pues tiene presencia en las zonas más pobres del país, donde se acentúan problemas sociales y atiende a población de estratos medio y bajo, para quienes el emprendimiento puede ser la mejor alternativa. Teniendo en cuenta sus ejes estratégicos transversales, la Universidad se ha trazado metas para 2022 en acreditación, docencia, investigación, extensión y proyección social, (Universidad Cooperativa de Colombia, 2013, p.75.), las cuales se deben enmarcar en el emprendimiento, para hacer de la Universidad, un ambiente propicio en el cual los estudiantes se sientan motivados para emprender.

En las últimas décadas, se han desarrollado diferentes modelos que explican la relación Universidad-Empresas-Estado, en un enfoque que pone a la universidad en función de satisfacer las necesidades de las empresas para percibir beneficios económicos por sus servicios, como por ejemplo las consultorías, asesorías, y alianzas estratégicas, con empresas públicas y privadas (Ortiz y Morales, 2011), pero la función de la universidad puede ir más allá de proveer servicios, pues a través del emprendimiento puede generar nuevas ideas de negocios, nuevas empresas, nuevas oportunidades de empleo y dinamizar la economía con innovación, desarrollo de nuevas tecnologías y, en el caso de la Universidad Cooperativa, a través del emprendimiento solidario, el cual constituye su ADN y a través del cual se puede mejorar calidad de vida de los colombianos.

A través del estudio realizado, se buscó dar respuesta a algunas de las cuestiones anteriormente mencionadas, a partir de una revisión de fuentes secundarias y fuentes primarias, tanto a nivel nacional como regional, teniendo en cuenta las Sedes de la Universidad Cooperativa en Bucaramanga e Ibagué. El planteamiento inicial del problema de investigación buscaba definir el perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Cooperativa de Colombia. En la ponencia que dar respuesta a la pregunta ¿Cuáles son los lineamientos del modelo de emprendimiento que se debe implementar en la Universidad Cooperativa de Colombia?

Este interrogante se responde a partir de los resultados de la investigación, a través de la cual se logró determinar cuáles son sus dificultades y sus fortalezas del estudiante universitario, con relación al emprendimiento, así como la influencia de sus entornos. Finalmente, se proponen nuevas metodologías y estrategias para incentivar y motivar la formación en emprendimiento a los estudiantes, a través de la implementación de un modelo de emprendimiento para la Universidad Cooperativa de Colombia.

Como se puede evidenciar, la ponencia aborda una problemática relevante para las universidades, en el sentido de que no se conocen cuáles son las características que identifican a un estudiante emprendedor. Para el caso de la investigación se tomaron como poblaciones objeto de estudio a los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad Cooperativa de Colombia, sedes de Bucaramanga e Ibagué, dado que tanto las estructuras curriculares de dichos programas, como las ciudades, poseen características similares,

por lo cual los resultados permitirán generar estrategias para fomentar el emprendimiento en los estudiantes de estas ciudades y servirá como referente para el emprendimiento universitario a nivel nacional y Latinoamericano.

### **Marco teórico**

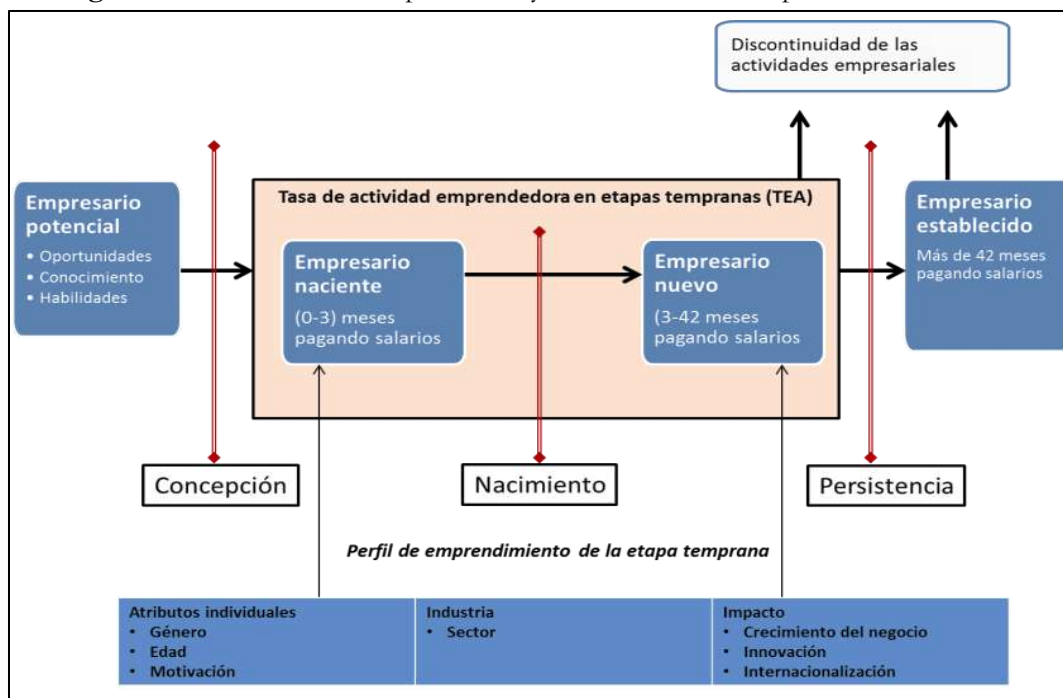
El emprendimiento es un fenómeno multidimensional y complejo, que se construye y prioriza de acuerdo a las concepciones, a la misión y a los intereses institucionales; en el caso universitario, está influenciado por la interacción de las instituciones con sus stakeholders, pues el entendimiento de las necesidades de su entorno, aproxima a los estudiantes a soluciones reales para la sociedad (Gaete, 2014). Cantillon (1755), dio al emprendimiento un enfoque económico, clasificando los agentes económicos en tres grupos: propietarios, prestamistas y emprendedores, siendo este último quien compra medios de producción y toma decisiones económicas en condiciones de incertidumbre; es así, como Vara (2006), siguiendo a Cantillon, define al emprendedor como un agente que compra una materia prima a un precio cierto para transformarla y venderla a otro precio, asumiendo el riesgo, en la búsqueda de generar utilidades.

Joseph Schumpeter, sugirió que las invenciones e innovaciones son la clave del crecimiento económico y considera que quienes implementan ese cambio de manera son los emprendedores, por lo cual, según Schumpeter(1911), la clave del emprendimiento, está en la capacidad del emprendedor, en transformar innovaciones en un producto práctico, que haga la vida más fácil, lo que implica un alto riesgo económico, al ponerlo en un mercado altamente competitivo, asociando la innovación al concepto de emprendimiento. Por su parte Freire y Nielsen (2011), consideran que para determinar el perfil del emprendedor se deben tener en cuenta tres conjuntos de características: sus deseos y actitudes, los factores de personalidad, y los conocimientos técnicos, incluyendo en el concepto, los rasgos psicológicos del emprendedor. Por otra parte, Selamé, (1999), define la actividad emprendedora con fines de lucro o emprendimiento económico, como la combinación de factores productivos para el desarrollo de un proceso que transformará determinados productos, generando valor para los clientes y dejando un margen de utilidad.

Se puede concluir entonces, que el perfil emprendedor de una persona que se caracteriza por su capacidad de encontrar soluciones sencillas a problemas complejos, por su aptitud para encontrar recursos destinados a la creación, invención, descubrimiento o innovación. El emprendedor es capaz de crear nuevas formas de solucionar problemas, de forma creativa, en un entorno específico. En la actualidad, existen diferentes modelos de emprendimiento los cuales se basan en estudiar sus procesos y las características sobre la personalidad y el entorno en que se desarrolla el emprendedor, teniendo en cuenta las variables endógenas y exógenas del ecosistema emprendedor.

Uno de los modelos más reconocidos en el mundo para la medición del emprendimiento es el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), un proyecto de investigación global, que tiene como propósitos, analizar la propensión hacia el emprendimiento, identificar las condiciones del entorno relacionadas con la actividad emprendedora, medir la ejecución de iniciativas emprendedoras, comparar la actividad empresarial de diferentes países y orientar a los gobiernos en la formulación de políticas para fomentar el emprendimiento. (Varela R., Gómez, L., Vesga, R. & Pereira, F. 2014). En el Global Report 2015-2016, Kelley, D., Singer, S. y Herrington, M. (2016), presentan los resultados de la XVII medición mundial, en la cual se identifican características, motivaciones y ambiciones de los empresarios, así como las actitudes que las sociedades tienen hacia esta actividad y la calidad de los ecosistemas empresariales en diferentes economías que participaron de esta medición. Así mismo, en este Reporte se presenta el modelo el Modelo de las fases empresariales y de emprendimiento representadas en GEM, el cual se presenta en la figura 1.

**Figura 1.** Modelo de fases empresariales y características de emprendimiento - GEM



**Fuente:** Global Report 2015 – 2016. Traducido por el autor

En este modelo, se puede observar una concepción más amplia del emprendimiento, la cual abarca desde el empresario potencial hasta el empresario establecido, considerando además elementos tanto internos como externos del emprendedor, que influyen en las diferentes etapas del proceso emprendedor. También se observa, que el proceso puede ser interrumpido en el momento de la concepción de una idea, el nacimiento de una empresa o durante el paso de la etapa temprana a la de empresario establecido.

Para ilustrar el emprendimiento efectivo y las pérdidas que se van presentando durante el proceso, Varela, R. y Soler J.D., (2012), desarrollaron el concepto de tubería empresarial, basado en la mecánica de fluidos, usando el principio de balance de la materia, para identificar las fugas que se presentan durante el proceso de emprendimiento, en las etapas de aceptación socio-cultural sobre el espíritu empresarial, empresarios potenciales, empresarios intencionales, empresarios nacientes, nuevos empresarios y empresarios establecidos.

### Diseño metodológico

La investigación en la cual se fundamenta la ponencia tiene un enfoque cualitativo, entendiendo el emprendimiento como un atributo humano, susceptible de medición a través de técnicas cualitativas, por lo tanto, la operacionalización de las variables y su análisis se hace a través de dichas técnicas, sin desconocer que las mediciones se presentan en términos porcentuales (cuantitativos), al igual que las comparaciones, para facilitar su comprensión y análisis. Las unidades de análisis las constituyen los programas de Administración de Empresas de la Universidad Cooperativa de Colombia de las Sede Bucaramanga e Ibagué. Las poblaciones están constituidas por los estudiantes activos de estos programas durante los años 2014-2015, durante los cuales se hizo la medición. Para el desarrollo de la investigación, los equipos de investigación de cada sede participante del proyecto se encargaron de aplicar un instrumento aplicado a la población constituida por los estudiantes de Administración de Empresas de las sedes de Bucaramanga e Ibagué. El proceso de recolección de los datos lo



realizaron los investigadores responsables, con apoyo de estudiantes vinculados al grupo de investigación de cada sede.

Es de resaltar que en primer lugar se realizó una búsqueda de información secundaria para tener un acercamiento al perfil emprendedor de los estudiantes universitarios, teniendo en cuenta el estado del tema. También se tuvieron en cuenta como parte de la información secundaria, los resultados obtenidos en estudios recientes sobre emprendimiento en otras universidades del oriente colombiano y los resultados del GEM durante los últimos años. Una vez se finalizaron las encuestas se procedió a la tabulación y el análisis de las variables. Adicionalmente se aplicó la técnica de grupos focales con el fin de ampliar la información obtenida, profundizar en los aspectos relevantes y llegar a conclusiones y recomendaciones que permitieran proponer estrategias metodológicas para fomentar el emprendimiento en los estudiantes universitarios.

### **Presentación y discusión de resultados**

Como se enunció en el marco teórico, la metodología GEM permite medir el emprendimiento de manera amplia y consistente, a través de diferentes herramientas, entre las cuales presenta indicadores de actitudes y percepciones que fueron tenidos en cuenta al consultar a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad Cooperativa, de las sedes Ibagué y Bucaramanga, pero es importante tener un contexto previo de las dos ciudades, para conocer la realidad en la cual viven los estudiantes, lo cual puede incidir en los resultados observados.

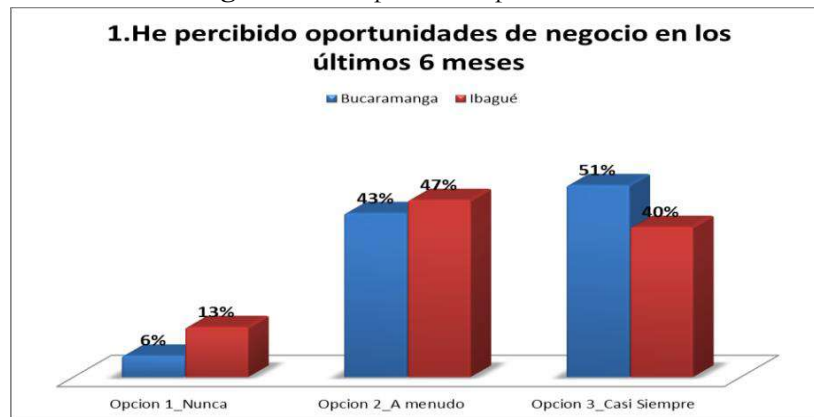
Ibagué es la capital del Departamento del Tolima, se encuentra ubicada en el centro del país, cerca de la ciudad de Bogotá y para el año 2016 cuenta con 558.805 habitantes según las proyecciones del DANE (2005). En materia de pobreza y desigualdad, entre los años 2002 y 2009, pasó de tener el 40,18 % a 31,57 % y de pobreza extrema pasó del 10,55 a 7,20 %; el 63 % de los habitantes de Ibagué pertenece a los estratos 1 y 2, el 26 % al estrato 3 y tan solo el 11 % a los altos estratos (Alcaldía de Ibagué, 2012). Actualmente Ibagué encabeza el ranking de las ciudades con mayor facilidad de hacer inversiones según el informe del Doing Business del Banco Mundial y la Corporación Financiera Internacional, según los cuales Ibagué es una de las ciudades con mayor posibilidad de crecimiento del país y de América Latina, puesto que cuenta con un desarrollo potencial y competitivo a nivel nacional e internacional para centros empresariales, negocios de industria e infraestructura, a través del World Trade Center (Doing Business Colombia, 2013), pero, aun así el desempleo en la ciudad sigue muy alto, y en el trimestre fue de 12.6% (Dane, 2016). Entre los principales centros de educación superior se encuentran la Universidad Musical Conservatorio del Tolima, la Universidad de Ibagué, la Universidad del Tolima, la Universidad Cooperativa de Colombia, la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, la Universidad Antonio Nariño, la Corporación Universitaria Minuto de Dios, la CUN y la escuela superior de administración pública ESAP, entre otras.

Bucaramanga, según la proyección del DANE para 2016, cuenta con una población de 528.269 habitantes, la industria del calzado es reconocida a nivel nacional. “Dentro del sector comercial se desarrollan actividades de comercialización de los productos provenientes de la agricultura, la ganadería y la avicultura, así mismo se ha creado una importante infraestructura en materia de grandes centros comerciales que ha permitido dinamizar la económica local”.(Alcaldía de Bucaramanga, 2016). En cuanto a educación superior, cuenta con más de 15 instituciones entre las que se encuentran la Universidad Industrial de Santander (UIS), la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB), la Universidad de Santander (UDES), la Universidad Antonio Nariño (UAN), la Universidad Santo Tomás (USTA), la Universidad Cooperativa de Colombia (UCC), la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) y la Escuela Superior de Administración Pública Territorial Santander (ESAP),

entre otras. La tasa de desempleo de Bucaramanga ha sido menor que la Ibagué, pues se ha mantenido relativamente estable, oscilando entre 7% y 9% en los últimos cuatro años, siendo en el último trimestre de 7.9% (DANE, 2016).

Bajo este contexto, se analizaron los indicadores de percepción de oportunidades, de capacidades, temor al fracaso, empresarios intencionales, el emprendimiento como carrera deseable y alto status para emprendedores, siguiendo la metodología GEM, descrita en el marco teórico. Con relación al indicador de percepción de oportunidades, el cual corresponde a las personas entre los 18 y los 64 años, que identifican oportunidades para crear empresa, se les consultó a los estudiantes si habían percibido oportunidades de negocio en los últimos 6 meses para la creación de nuevas empresas. Los encuestados tenían 3 alternativas de respuesta: nunca, a menudo y, casi siempre. Según lo observado, en Ibagué el 13% no percibieron oportunidades en el último semestre, mientras en Bucaramanga esta cifra fue del 6%, por el contrario, el 51% en Bucaramanga manifestaron haber percibido oportunidades de negocios en los últimos seis meses, mientras en Ibagué solo el 40% de los estudiantes universitarios encuestados, manifestó haber percibido este tipo de oportunidades. Los resultados a esta pregunta se presentan a continuación.

**Figura 3.** Percepción de oportunidades

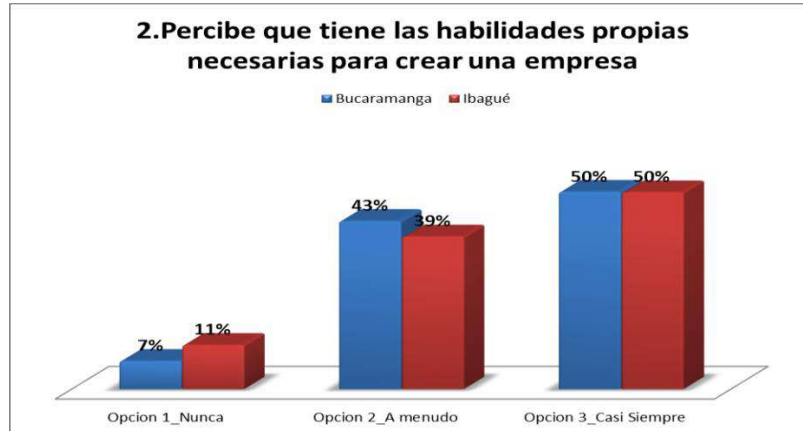


**Fuente:** Los autores con base en los resultados de la investigación

Como se puede observar en los resultados, los estudiantes de Bucaramanga tienen una mayor percepción de oportunidades para iniciar nuevos negocios que los estudiantes de Administración de Empresas en Ibagué, es importante anotar que aun cuando las condiciones del entorno fueran similares, estas percepciones pueden ser diferentes, pues obedecen a múltiples factores, como la formación, cultura, experiencias, ingresos y entorno familiar entre otros, así mismo, al contrastar estos resultados con las realidades de cada ciudad, descritas al inicio de este análisis, se puede observar mayor percepción de oportunidad en la ciudad donde hay más empleo (Bucaramanga), mientras que los ibaguereños ven menos oportunidades de negocios, precisamente donde hay mayor índice de desempleo.

En segundo lugar, se analiza la percepción de capacidades por parte de los estudiantes, para determinar si consideran que tienen las habilidades y los conocimientos requeridos para comenzar una empresa. Esta pregunta hace parte de la metodología GEM para la medición del emprendimiento, pero en este estudio tiene especial interés, dado que la población objeto de estudio, corresponde a jóvenes universitarios del programa de Administración de Empresas, una carrera que, por definición, prepara a los estudiantes para administrar unidades de negocio. Con relación a esta pregunta se obtuvieron los siguientes resultados.

Figura 4. Percepción de capacidades

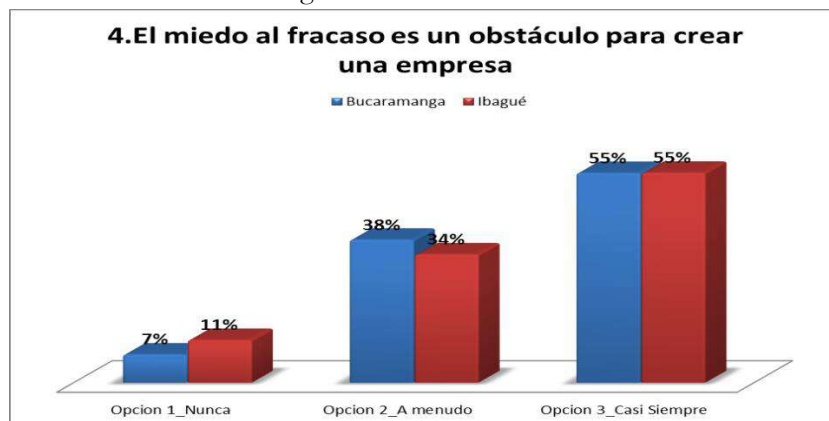


Fuente: Los autores con base en los resultados de la investigación

Este indicador muestra cifras claves para la Universidad, pues es un mensaje de que los estudiantes no se sienten preparados para asumir el reto de crear una empresa, es también una oportunidad para que se integren al currículo, actividades donde los estudiantes creen sus propias empresas, las administren, se enfrenten al entorno y se sientan mejor preparados para crear empresa al culminar su formación. Estas respuestas fueron similares en las dos ciudades, lo cual se puede obedecer a que se recibe formación similar en las dos sedes, lo cual es consecuente con la filosofía multicapas de la Universidad Cooperativa.

El tercer indicador está relacionado con el posible temor al fracaso, para medir este indicador se les preguntó a los estudiantes, si consideraban que el miedo al fracaso sería un obstáculo para crear empresa. Este indicador, aunque puede estar influenciado por la educación universitaria, puede tener mayor influencia por el entorno económico, familiar, legal, los antecedentes, social, entre otros. Puede también ser intrínseco, es decir que puede ser una predisposición espontánea de aversión o propensión al riesgo, un rasgo psicológico difícilmente modificable.

Figura 5. Temor al fracaso



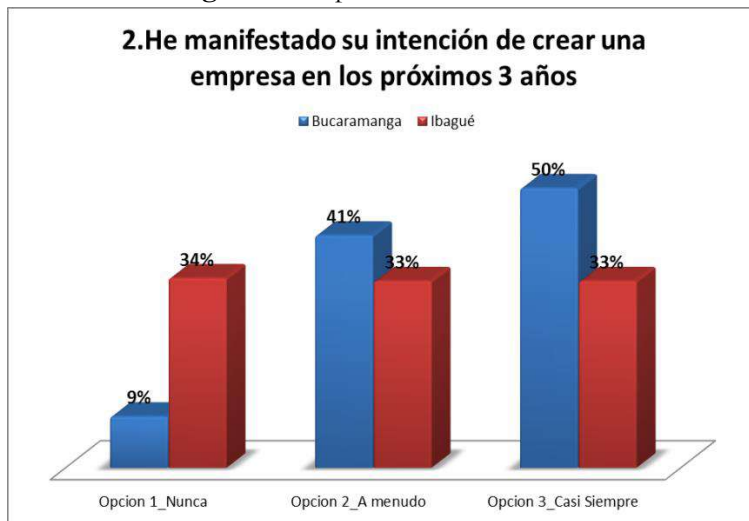
Fuente: Los autores con base en los resultados de la investigación

Se pudo observar que la mayoría de los estudiantes, manifiestan que el miedo al fracaso es un obstáculo para crear empresa, estas respuestas pueden tener dos interpretaciones, la primera que los estudiantes consideran que el miedo constituye un obstáculo para que cualquier persona cree una empresa, y otra, que los estudiantes

consideran que el miedo a fracasar será un obstáculo para que ellos creen sus propias empresas; de cualquier manera, es también una oportunidad para que la Universidad genere estrategias curriculares para que los estudiantes pierdan el miedo al fracaso y emprendan a crear empresa.

Con relación al índice de los empresarios intencionales, es decir, el porcentaje de personas que no están involucrados en proceso empresariales pero que intentarían comenzar una empresa en los próximos tres años, se les preguntó a los encuestados, si tienen la intención de crear una empresa en los próximos 3 años. Este es un indicador relevante, pues quienes presentan la intención de hacerlo, es probable que intenten crear empresa y, por el contrario, quienes tienen la firme intención de no hacerlo, es muy probable que no lo hagan. En el programa de Administración de Empresas, se esperaría que una proporción significativa mayoría de los estudiantes tuviera esta intención, si el programa está enfocado al emprendimiento. A continuación, se presentan los resultados de este índice.

**Figura 6.** Empresarios intencionales



**Fuente:** Los autores con base en los resultados de la investigación

Estos resultados de intención, muestran que en Ibagué, un alto índice de estudiantes (34%) manifiesta la intención de no crear empresa durante los próximos años, cifra que es llamativa para la Universidad, para que se motive a los estudiantes a crear empresa.

En Bucaramanga, esta cifra fue del 9%, lo cual es una cifra entendible, si no se tratara de un programa de Administración, en el cual se esperarían cifras aún más bajas. Paralelamente, se observa que en la opción de casi siempre, que se refiere a los que tienen la intención de crear empresa, es del 50% en los estudiantes de Bucaramanga y solo del 33% en Ibagué.

## Conclusiones

El análisis comparativo del estudio de caso permite concluir que el entorno de la ciudad Bucaramanga es más propicio que el de la ciudad de Ibagué para que los estudiantes perciban oportunidades para crear empresas que en Ibagué, pues pese a que entidades como el Banco Mundial y el Doing Business ven a Ibagué como una ciudad con proyección, los jóvenes no lo perciben de la misma forma. Esto puede deberse a que cifras como el desempleo, subempleo, falta de oportunidades para estudiar y pobreza, se reflejan en mayor proporción en Ibagué, y esto afecta la percepción de oportunidades por parte de los jóvenes, también se puede deber a

aspectos culturales, pues es claro que hay culturas con mayor propensión al emprendimiento y otras con mayor aversión al riesgo.

Se puede observar que existe una clara influencia del entorno social y económico de ciudad con respecto a las variables medidas, en dos ciudades que presentan procesos urbanos de crecimiento y desarrollo económico en los últimos años como es Bucaramanga e Ibagué. Sin embargo, de acuerdo el resultado se puede concluir que el ambiente de emprendimiento se refleja con más propiedad en los estudiantes de la Facultad de Administración de la Sede Bucaramanga.

Con respecto a la metodología GEM, se puede concluir que esta es una herramienta adecuada para la medición del emprendimiento en los estudiantes universitarios, aunque de esta herramienta se puede derivar una específica para medir el emprendimiento universitario, el cual merece una medición especial dado que es el emprendimiento con mayor tasa de efectividad, y con los resultados de estas mediciones, se pueden proponer políticas públicas y universitarias, para promover el emprendimiento en los universitarios y apoyarlos para que emprendan. Con relación a las políticas públicas se concluye que es momento de evaluar las herramientas, estrategias y normatividad, para que se fomente el emprendimiento.

El modelo de emprendimiento que se está diseñando en la Universidad, así como las acciones específicas para el fomento del emprendimiento, son estrategias que, aunadas a currículo son efectivas para la formación emprendedora de los estudiantes de Administración de Empresas, la construcción y difusión de este modelo puede constituir un aporte significativo para Colombia y Latinoamérica en cuanto a la formación en emprendimiento universitario.

#### **Referencias bibliográficas**

- Alcaldía de Bucaramanga. (2016). Plan de Desarrollo Primer documento. Gobierno de los ciudadanos y las ciudadanas 2016 – 2019. Recuperado de: [http://www.transitobucaramanga.gov.co/files/PLAN\\_DESARROLLO\\_2016-2019.pdf](http://www.transitobucaramanga.gov.co/files/PLAN_DESARROLLO_2016-2019.pdf)
- Alcaldía de Ibagué. (2012). Bases para el Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015: Ibagué, Camino a la Seguridad Humana. Recuperado de: <http://www.alcaldiadeibague.gov.co/portal/admin/archivos/publicaciones/2015/12757-DOC-20151201.pdf>
- Cantillon, R. (1755) Essai sur la nature du commerce en general. London reprinted for Harvard University Press, Boston, G.H. Ellis, 1892).
- Congreso de Colombia. (26 de enero de 2006) Ley de fomento a la cultura del emprendimiento. [Ley 1014 de 2006]. Diario Oficial No. 46.164. Recuperado de: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html)
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2015). Pobreza monetaria y multidimensional-2015. Boletín Técnico. Bogotá, 2 de marzo 2016. Recuperado de [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones\\_vida/pobreza/bol\\_pobreza\\_15\\_.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/bol_pobreza_15_.pdf)
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2005). Estimaciones de población 1985 - 2005 y proyecciones de población 2005 - 2020 total municipal por área. Recuperado de: <http://www.dane.gov.co>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2016). Principales Indicadores del Mercado Laboral - septiembre de 2016. Recuperado de: <http://www.dane.gov.co>

Doing Business Colombia. (2013). Regulaciones inteligentes para las pequeñas y medianas empresas.

Recuperado de:

<http://espanol.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Subnational-Reports/DB13-Colombia-Spanish.pdf>

Freire Gibb L. C. & Nielsen K. Entrepreneurship within Urban and Rural Areas Individual Creativity and Social Network. DRUID Working Paper No. 11-01. 2011. ISBN 978- 87-7873-312-2.

Gaete Quezada, R. (2014). Responsabilidad social universitaria: una nueva mirada a la relación de la universidad con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas. (Tesis doctoral). Universidad de Valladolid. España. Recuperado de: <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/923/1/TESIS148-120417.pdf>

Kelley, D., Singer, S. & Herringto, M. (2016). Global Report 2015-2016. Report. Babson College & Universidad del Desarrollo, Boston-Santiago de Chile.

Ortiz Riagaa M. C., Morales Rubiano, M. E. (2011). Educación y Educadores - La extensión universitaria en América Latina: concepciones y tendencias. Revista Educación y educadores. ISSN 0123–1294 Vol. 14, No. 2. Enero-abril de 2011. pp. 349-366. Universidad de Nueva granada. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/eded/v14n2/v14n2a07.pdf> |

Petit Torres, E. (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. Revista de Ciencias Sociales, 13(3), 495-506. Recuperado en 25 de octubre de 2016, de: [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182007000300010&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000300010&lng=es&tlng=es).

Ruiz Jiménez, J. Cabeza Pulles, D., & Briano Turrent, G. (2012). Universidad y emprendimiento: un caso de estudio en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. ReiDoCrea. Revista electrónica de investigación Docencia Creativa. Volumen 1. Páginas 144-157. Universidad de Granada. Recuperado de: <http://www.ugr.es/~miguelgr/ReiDoCrea-Vol.1-Art.20-Ruiz-Cabeza-Briano.pdf>

Schumpeter, J.A. (1911) The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. (R. Opie, Traductor), Cambridge: Harvard University Press (trabajo original publicado en 1911), 1934.

Selamé, T. (1999). Emprendimiento juvenil. Santiago de Chile. Instituto Nacional de la Juventud.

Universidad Cooperativa de Colombia (2013). Plan Estratégico Nacional Navegando Juntos 2013-2022. Recuperado de: <http://www.ucc.edu.co/prensa/2014/SiteAssets/Paginas/nuestro-mapa-de-navegacion-ya-esta-listo/Plan%20Estrat%C3%A9gico%20Nacional.pdf>

Vara, A. (2006) Evolución de las aptitudes emprendedoras de los estudiantes de la Facultad de Administración y Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres. Perú: Universidad de San Martín de Porres.

Varela R., Gómez, L., Vesga, R. & Pereira, F. (2014) Dinámica Empresarial Colombiana. Universidad Icesi, Universidad del Norte, Universidad de los Andes, Pontificia Universidad Javeriana. Cali, Colombia.

Varela, R., Soler J.D., (2012) GEM Caribbean 2011, Caribbean Regional Report, Cali: Universidad Icesi.

# Estrategias del marketing educativo universitario y su incidencia en la captación de los bachilleres: caso Universidad Técnica de Machala

**Vladimir Alexander Ávila Rivas**

Universidad Técnica de Machala

vavila@utmachala.edu.ec

**Melissa Paulina Calle Iñiguez**

Universidad Técnica de Machala

mpcalle@utmachala.edu.ec

**Mauricio Samuel Noblecilla Grunauer**

Universidad Técnica de Machala

msnolecilla@utmachala.edu.ec

## Resumen

El objetivo principal del presente trabajo de investigación es el de determinar la relación entre el nivel de gestión de Marketing Educativo y la manera cómo los estudiantes seleccionan a las universidades para el inicio de sus estudios profesionales. La metodología utilizada es de una investigación tipo exploratoria-descriptiva con enfoque cuantitativo y cualitativo transaccional. Se utilizó como herramienta de investigación encuestas con preguntas cerradas sobre la relación del marketing educativo y las universidades de educación superior, específicamente de la Universidad Técnica de Machala. La población a la que se aplicó la encuesta fue los estudiantes de bachillerato de la Provincia de El Oro, el número total fue de 330 personas. Entre los resultados obtenidos está que el marketing educativo no es tomado en cuenta como una herramienta relevante para atraer estudiantes a las instituciones de educación superior. Por otro lado, se pudo verificar que la Universidad Técnica de Machala es considerado de “calidad media” y pero la información que usualmente se publica no tiene relevancia alguna para los bachilleres, por tanto, la eficiencia publicitaria es muy baja, lo que refleja una deficiente estrategia de posicionamiento.

**Palabras clave:** marketing educativo, orientación social, eficacia, publicidad, comunicación externa.

## Abstract

The main objective of this research work is to determine the relationship between the level of management of Educational Marketing and the way students select universities for third level studies. The methodology used is an exploratory-descriptive design with a quantitative and qualitative transactional approach. Questionnaires with closed questions about the relationship between educational marketing and universities, specifically the Universidad Técnica de Machala, were used as a research tool. The survey was applied to 330 students and enrolled in 12 high schools locate in El Oro Province. The results showed that educational marketing is not taken into account as a relevant tool to attract students to institutions of higher education. In addition, it was verified that the Universidad Técnica de Machala is considered as a Higher Education Institution with an average quality; this is because the information that is usually published about Universidad Técnica de Machala has no relevance for the individuals that have graduated from high school, therefore, the advertising efficiency is limited, which reflects a deficient strategy of Positioning for Universidad Técnica de Machala.

**Keywords:** educational marketing, social orientation, efficacy, advertising, external communication.

## Introducción

El marketing como parte de las ciencias administrativas tiende a evolucionar, también, con las tendencias en un mercado altamente competitivo. Actualmente el marketing se ha convertido en un aliado para la creación de asistencia por parte de la empresa hacia el cliente, que da confianza respecto al servicio que se les ofrece, lo que ha posibilitado a las empresas obtener un mejor posicionamiento en el mercado. Por esa razón, es que el costo de ejecución de un plan de marketing resulta ser mucho más económico que antes, y su no implementación tiene un costo superior para lograr la aceptación en la mente del cliente. Y es que la reducción del costo del marketing es explicada principalmente por lo económico que resultan hoy los canales o plataformas sobre la que se realiza la promoción, la cuarta “P” del marketing (Jerome McCarthy, 1960).

Una cualidad importante del Marketing es crear las razones por las cuales un cliente elija una determinada marca o institución para realizar la compra del bien y/o servicio. La mayoría de instituciones que ofrecen servicios se enfrentan a retos que permiten la fidelización de clientes, así como sus recomendaciones hacia otros individuos para acceder a dichos servicios. Es así que una de las categorías en la que se ha dividido el Marketing es el Marketing de Servicios. Según Aguirre (2006, pág. 101) afirma que se refiere a la aplicación del marketing en la concepción y comercialización de un producto intangible como núcleo del intercambio.

Según Manés (2000, págs. 4-6) aduce que “la tradición oral, como la *recomendación*, ha sido por siempre el medio más genuino para captar alumnado, o perderlo, debido a los *comentarios negativos*”; por lo que se debe entender que todo lo que se brinda en un centro de estudios, debe ser parte de la estrategia de fidelización. Este debe ser tan poderoso para que los estudiantes fidelizados puedan recomendar a los que esté buscando una institución educativa para realizar sus estudios universitarios.

Además, Huertas (2011) menciona que la misión de las estrategias del Marketing Educativo es crear y facilitar que los clientes consumidores (estudiantes), puedan interactuar en situaciones de aprendizaje participativo dentro y fuera de contextos educativos, a partir de entender que la enseñanza supone reconocer la individualidad y la diversidad de los alumnos, en la convicción de que el aprendizaje es un proceso vivencial, fruto de la reflexión, la discusión, el análisis, la interacción y retroalimentación grupal. También, se plantea expresamente la conveniencia de tratar a los estudiantes como clientes de la institución educativa, rompiendo la barrera cultural que ello representa, en pos de buscar caminos para mejorar el relacionamiento.

En este sentido, se ha constatado que la Universidad Técnica de Machala<sup>3</sup> no tiene un marketing educativo adecuado, en donde se puede hablar de clientes en su organización. En efecto Di Tomasso (2005) citado en Urtella (2013) advierte que “la adopción de estrategias de customer relationship management (CRM) en el ámbito educativo, al igual que en el ámbito empresarial, está muy vinculada a la aparición y el uso de las nuevas tecnologías, en particular de Internet. Muchas universidades, de manera más o menos inconsciente, están adoptando este tipo de estrategias, al integrar cada vez en mayor grado el uso de sus portales web en el propio desarrollo de su actividad principal (...)” por consiguiente este aspecto debe conocerse mejor aquellas estrategias de mercadeo que pueden ayudar a fidelizar a todos los usuarios y buscar un mejor relación con los estudiantes para que estos puedan recomendar a los bachilleres la opción de estudiar en la Universidad Técnica de Machala (UTMACH).

Hay que mencionar también que la utilización que la Universidad Técnica de Machala cuenta con un departamento de Comunicación que se sobreentiende maneja las publicaciones o información que se brinda a la sociedad y comunidad universitaria.

---

<sup>3</sup>De ahora en adelante UTMACH.



Cabe señalar que el marketing educativo tiene como finalidad, crear un valor a las necesidades que tienen los bachilleres de educación pre universitaria para generar una “propuesta de valor”. Esta propuesta será la adquisición de conocimientos profesionales que obtendrán al asistir a la UTMACH. En tal sentido la UTMACH debe encontrar una combinación de estrategias bien claras para posicionar la marca en la mente de los clientes que permita tener mayor cantidad de Bachilleres dispuestos a competir por una plaza de ingreso a esta Universidad. Entre las estrategias de posicionamiento en el marketing educativo se encuentran tres tipos: La del Líder, la del Retador y la del Seguidor.

En esta investigación explica que la falta de una estrategia de Marketing Educativo por parte de la Universidad Técnica de Machala socava la posibilidad de incrementar el número de usuarios y futuros estudiantes; en consecuencia, a la visualización de la publicidad contenida en ella, lo que se traduce en una menor eficiencia de esta última. Existe evidencia respecto a que la Universidad Técnica de Machala no hace uso de una de las más importantes estrategias de marketing educativo, el posicionamiento, viéndose ello reflejado en el contenido de sus correos electrónicos y en las publicaciones en el Facebook, las cuáles, como se menciona anteriormente, son meramente informativas, sin alguna mención, por ejemplo, de los beneficios a futuro de estudiar una carrera universitaria o sobre estudios que comprueben que estudiar eleva el bienestar espiritual de las personas, es decir, sobre información que pudiera dar valor de los servicios educativos que la Universidad Técnica de Machala conoce muy bien a sus clientes.

Por tales razones se puede formular como problema ¿Cómo la carencia en el nivel de gestión del marketing educativo se relaciona con la manera de que los estudiantes seleccionan a las universidades para el inicio de sus estudios profesionales?

Es por ello, que se propone como objetivo del presente trabajo, determinar la relación entre el nivel de gestión de Marketing Educativo y la manera cómo los estudiantes seleccionan a las universidades para el inicio de sus estudios profesionales.

## **Desarrollo**

La definición que acerca más a este artículo es la de Monferrer (2013, pág. 15) en el que indica que el marketing es sinónimo de conceptos como la publicidad, la comunicación y las ventas. Por este motivo, crea un conjunto diverso de necesidades artificiales en el cliente, de modo que este sea impulsado a la adquisición de un producto o servicio, aún si el cliente no tenía la intención de adquirirlos. Esto se logra debido a que las influencias del vendedor hacen que el cliente descubra necesidades que desconocía y que no se manifestaban anteriormente. Esto se logra específicamente con la estrategia de posición, en la que la organización se apoya en la innovación para crear necesidades que permitan generar un determinado patrón de consumo.

Así mismo, a lo largo del tiempo el marketing se ha ido orientando cada vez hacia el orden social, con el fin de posicionar la marca en la mente de las personas, a continuación se puede observar un cuadro extraído de García H.(2015, pág. 22)En su tesis doctoral donde se realiza la evolución de orientación del marketing:

En la actualidad, el marketing constituye una disciplina integradora, proactiva y orientada a la satisfacción de las necesidades de públicos objetivos o targets(Kotler & Keller, 2006)

Cabe señalar que algunos servicios se realizan mediante la intervención de personas solamente, pero también pueden ser brindados únicamente por aparatos o instrumentos, o bien requerir la intervención de personas y,

además, el uso de aparatos o instrumentos. (BUR, 2014) Siguiendo con Aníbal Bur los servicios tienen, entre otras, las siguientes características:

- a. Intangibilidad: Los servicios no se pueden ver, probar, oler, oír o tocar antes de adquirirlos y, a diferencia de los bienes, no se tiene la propiedad de los mismos.
- b. Inseparabilidad: El usuario es inseparable del servicio porque es a la vez consumidor y productor del mismo, por lo tanto, sin él no existe el servicio. En cambio, el prestador del servicio puede ser reemplazado, en algunos casos, parcial o totalmente por un aparato o instrumento.
- c. Heterogeneidad o variabilidad: Los servicios son muy variables porque los brindan personas a otras personas, y por lo tanto, se establecen relaciones diferentes en cada caso. Las empresas de servicios para disminuir la variabilidad en la prestación de los servicios deberían capacitar a su personal en forma continua y sistemática.
- d. Carácter perecedero o imposibilidad de stock: Los servicios no se pueden guardar para cuando haya demanda.
- e. Facilidad de plagio: Los servicios son fáciles de copiar por su dificultad de patentar y muchos de ellos poseen poca inversión. En realidad, lo único que no puede copiarse es el personal capacitado y motivado.

Manes (2004) define al marketing educativo como el proceso de investigación de las necesidades sociales tendiente a desarrollar y llevar a cabo proyectos educativos que las satisfagan. Su principal objetivo es producir el desarrollo integral de las personas a través de servicios educativos sustentados en la calidad y el mejoramiento continuo de la organización educativa.

En un sentido más concreto, Bur (2014, pág. 48), el marketing educativo, a través de un sistema de información de marketing, permite a las organizaciones educativas identificar las necesidades de su público objetivo o target (los alumnos), y satisfacerlas a través de una propuesta de valor que se concreta en una oferta de servicios (formación y capacitación) obteniendo, a su vez, beneficios. En otras palabras, el marketing educativo permite la adaptación de la oferta a la demanda, es decir, la adecuación de los servicios educativos a las demandas de los alumnos.

Dentro de estas definiciones también encontramos la de “marketing universitario” que en palabras de Tristán Pérez(2002, págs. 16-17) lo define como un “proceso de investigación de necesidades sociales para desarrollar e implementar programas que las satisfagan mediante intercambios que pueden tener o no una naturaleza comercial, y cuyo fin es lograr el bienestar de individuos y organizaciones de la comunidad a la que conciernen”. Lo cual afirma la orientación social del Marketing.

García H (2015) expresa que el marketing es un proceso integral. Algunos “fundamentalistas” del marketing sostienen que es la función más importante de una organización, ya que la detección de necesidades o la voluntad de ofrecer un producto/servicio es el primer motor de cualquier emprendimiento y allí está el marketing, y luego continúa trabajando en aspectos estratégicos y operativos para que esas ideas fundamentales se materialicen y sean sostenibles en el tiempo.

Muñoz (2011, págs. 3-4), citado en GARCÍA H. (2015) nos describe el proceso del Marketing, orientado hacia el cliente y al entorno social, de la siguiente manera: crear valor para los clientes y construir relaciones, Atraer el valor del cliente, Crear vínculo permanente con el cliente.

Diferentes autores del Marketing Estratégico han desarrollado estrategias que ayudan a enfrentar los desafíos del mercado en relación al producto que desean ofrecer, en este caso un servicio educativo a un mercado

educativo.

Según con Salinas A. (2010), en un artículo publicado en su blog explica que una empresa tiene un buen posicionamiento en el mercado y es competitiva, o mantenga su posición actual o la mejor; puede aplicar una de las diferentes estrategias ante las cuales se encuentran inmersas en el mercado, estas son:

- Estrategia de líder. Son estrategias realizadas por aquellas empresas que están en el primer lugar dentro del mercado en la participación de un producto, y que sus competidores las ven como líderes. Esta estrategia consiste en el proceso de dirigir e influir en las actitudes laborales de los miembros de un grupo.
- Estrategia de retador. Son puestas en práctica por aquellas empresas que están ubicadas en el segundo lugar dentro del mercado en que se desenvuelve. Con esta estrategia se pretende alcanzar el liderazgo, por lo que implica atacar al líder, es decir, enfrentarlo con las mismas armas con estrategias agresivas.
- Estrategia del seguidor. Es aplicada por empresas que no se pueden calificar como líderes ni como retadoras, estas empresas toman una actitud pacífica, por lo tanto se encarga de repartirse el mercado para coexistir. Estas empresas no atacan.

Para comenzar a establecer este tipo de estrategias, se debe entender el significado de Ventajas Competitivas. Según Mak Consultores (2014) estas ventajas competitivas son las habilidades (conocimientos, recursos, etc) que tienen una organización para realizar un servicio de manera eficiente, diferente y/o mejor que los competidores.

La estrategia competitiva implica posicionar a una empresa para maximizar el valor de las capacidades que la distinguen de sus competidores, a la vez el objetivo de cualquier estrategia genérica es “crear valor para los compradores” (Porter, 1985, pág. 36)

De acuerdo a lo expuesto anteriormente el presente trabajo pretende desarrollar un análisis del marketing educativo que utiliza la Universidad Técnica de Machala para la captación de su público objetivo, que son los bachilleres de su localidad. Según (Lara Luzuriaga & Bucay Moreta, 2017) mencionan que la marca de una institución educativa es su reputación, prestigio, participación con el público y nivel académico, estas variables se analizarán para medir la percepción mental en la actualidad.

Si bien es cierto que la publicidad como comunicación, según (López, 2014) mejora la percepción del cliente respecto al servicio que se le quiere ofrecer, producto de los excesivos avisos publicitarios que inunda la nube ésta ha perdido su efectividad, por lo que hoy no solo se hace necesario una forma de comunicación que se enfoque en mejorar la imagen del producto sino también en la imagen de la empresa.

### **Importancia del Problema**

La importancia del presente artículo de investigación está en revelar el manejo del marketing educativo y la gestión que realiza la Universidad Técnica de Machala en relación a los niveles de aceptación y como está posicionada su marca como institución superior educativa en los bachilleres de la ciudad de Machala.

Los resultados que se puedan obtener de la investigación nos brindará un panorama de cómo está la situación actual de la universidad en los bachilleres y cuáles son los puntos importantes a considerar para tomar las respectivas decisiones y puedan mejorar su situación.

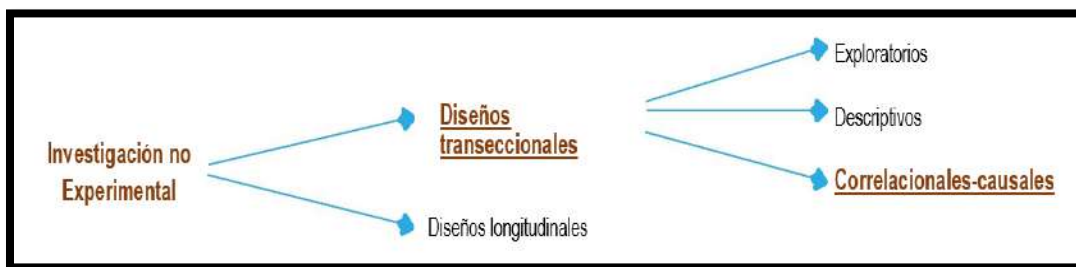
Además no existen investigaciones similares a la ahora planteada y que sus resultados y discusión permitirán ser una guía o fuentes para futuras evaluaciones de marketing educativo, aceptación y posicionamiento de marca

institucional, en una universidad referente o similar a nuestra investigación.

## Metodología

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque metodológico cuantitativo debido a que se pretende obtener resultados cuantificables que nos permitan medir las variables que se están analizando a fin de obtener los mejores resultados para su discusión. El

Tipo de investigación: Descriptiva, porque se establecen teóricamente los conceptos que se denotan en el tema investigado. Aparte el tipo de diseño que se adopta es el transeccional, en este diseño se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Hernández R. , 2014). Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. A su vez, los diseños transeccionales se divide en tres (como se puede ver en la siguiente figura), de los cuales tomaremos el diseño correlacional-causal pues se describe la relación existente entre las tres variables estudiadas.



También es de tipo exploratoria porque se va a realizar la investigación en distintos campos debido a que se dará en distintos centros de educativos que se encuentran en la ciudad de Machala.

- Nivel de investigación: Documental, se revisa todo documentado que este asociado a la Universidad Técnica de Machala, en relación a su marca y aceptación a nivel estudiantil.
- Diseño muestral: No probabilístico, la investigación está basada a criterio del investigador, identificando las principales universidades que se ofertan de manera presencial y virtual a nivel local, regional e internacional y que se toman como referentes para los bachilleres de Machala.
- Población y muestra: La población se compone de los Bachilleres y de estudiantes del último año de colegio de la ciudad de Machala, que comprende las edades entre 17 y 19 años promedio, y que deseen seguir estudios universitarios en la modalidad presencial, semipresencial y online. El Total de bachilleres para el 2017 son de 30793.
- Elemento: luego del cálculo de la muestra, se obtuvo como resultado 330 bachilleres a los cuales se les realizó un estudio de campo para saber cuán posicionado está la Universidad Técnica de Machala, su niveles de aceptación de éstos y medir el valor de marca que proyecta la misma.
- Unidad de análisis: Bachiller o estudiante de último grado de secundaria que estudia en un Colegio o Institución educativa de Machala.
- Tiempo: Junio - Julio de 2016.
- Procedimiento de muestreo: El procedimiento de muestreo realizado es a juicio del investigador. Pues se considera que los elementos de la muestra seleccionados, poseen la mejor información para analizar la problemática estudiada.

- **Recolección de la información:** para el tratamiento de la información se seleccionaron de forma aleatoria los bachilleres de los distintos centros educativos que existen en la ciudad de Machala, la encuesta fue realizada a bachilleres considerando que se encuentren en último año de estudio.
- **Trabajo de campo:** el trabajo de campo a realizar es el análisis de documentación y escritos especializados en educación superior, y encuesta a los bachilleres durante los meses de Junio y Julio del 2016. La información analizada proviene de documentales de varias fuentes, la mayoría de ellas de tipo secundario y las encuestas que se consideran de tipo primario.
- **Instrumento de recolección:** para el presente trabajo de investigación se diseñó una encuesta o cuestionario en la cual se tomaron en consideración preguntas que a juicio del investigador desarrolla la información que se desea, luego las respuestas se formulan en una hoja de cálculo que derivará cuadros y estadísticos que permitirán establecer una estrategia de posición que según el marco teórico, son fundamentales en el Marketing Universitario.
- **Tratamiento de la información:** para el tratamiento de la información se llenó una base de datos en una hoja de cálculo simple, de la cual se extrajo los resultados para su discusión y análisis.

### Resultados y Discusión

El presente artículo pretende determinar los factores relacionales del marketing educativo frente a los estudiantes que seleccionan una universidad para el inicio de sus actividades profesionales.

Para ello se desarrolla la presente hipótesis general que se enuncia de la siguiente manera: “Las estrategias del Marketing Educativo y sus implicancias mejoran la eficacia de la captación de los Bachilleres a la Universidad Técnica de Machala – Ecuador”.

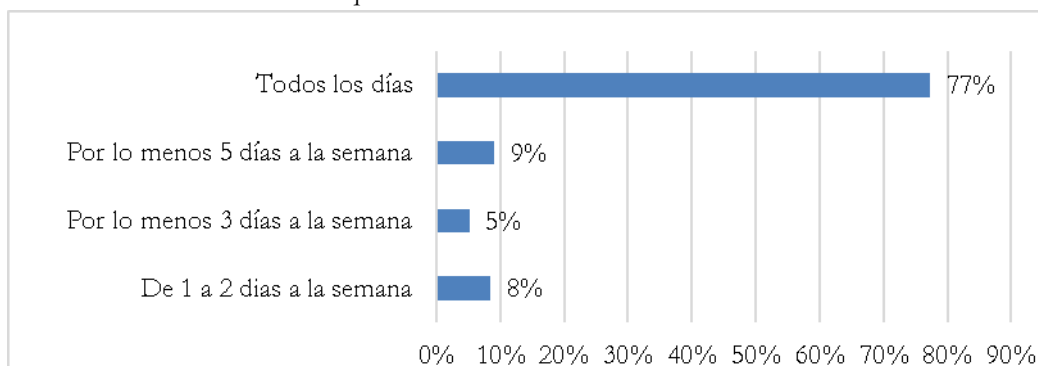
A continuación se presentan las respuestas obtenidas en las preguntas 1,2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12 las cuales brindan un panorama general de la muestra de estudio.

Pregunta 1: ¿En qué año del bachillerato se encuentra?

El 95% se encuentra en el último año de bachillerato, es decir, a vísperas de poder graduarse como bachilleres y poder postular a una universidad para completar sus estudios de tercer nivel.

Pregunta 2: ¿Con que frecuencia busca información de Universidades?

**Gráfico 1.** Frecuencia de búsqueda de información de Universidades de la Población Encuestada.



El gráfico muestra que más de las tres cuartas partes (77%) busca información de Universidades todos los días, esto nos dice que los estudiantes de bachillerato están muy interesados en sus estudios universitarios. También podemos mencionar que su alto índice de interés sobre la búsqueda de información sobre Universidades se debe

a la presión de sus familiares por seguir los estudios superiores.

Pregunta 3: ¿Por qué medio se suele buscar información sobre las universidades?

Los resultados nos demuestran que de los 330 bachilleres el 67% utilizan el teléfono celular como medio preferencial de búsqueda de información; esto se debe al fácil acceso que se puede tener con un teléfono celular al internet y porque hoy en día el número de lugares donde existe wifi gratis es más accesible. Mientras que el 26% lo hace a través del ordenador en casa debido a que para ellos la búsqueda en casa denota mayor responsabilidad, y solo el 7% acude a los cibercafés, lo que nos indica que aún existen estudiantes que no cuentan con acceso a internet desde sus hogares.

Pregunta 4: ¿Sabe cuáles son las universidades ubicadas en la ciudad de Machala?

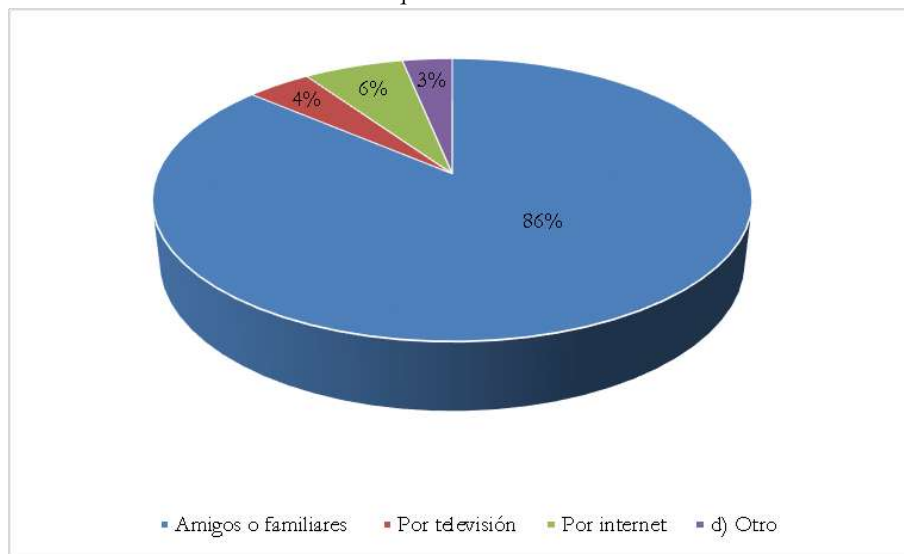
Dado los resultados, 7 de cada 10 bachilleres tienen conocimiento de las universidades ubicadas en la ciudad de Machala, con esto se reafirma el interés del bachiller por conocer acerca de las ofertas universitarias en su localidad.

Pregunta 5: ¿Conoce acerca de la Universidad Técnica de Machala?

El 92% de los bachilleres encuestados conocen o han oído hablar de la Universidad Técnica de Machala. Mientras que el 8% no conocen de la misma.

**Pregunta 6:** ¿A través de qué medio se conoce acerca de la UTMACH?

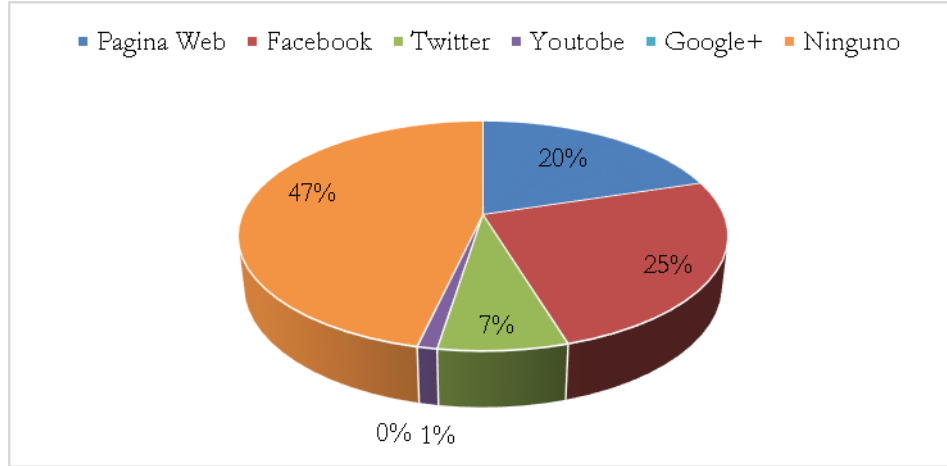
**Gráfico 2.** Medio en que se enteraron de la UTMACH.



De los 304 bachilleres, el 86% que han oído hablar de la UTMACH lo ha hecho a través de amigos y familiares, mientras que tan sólo 6% lo conocen por el internet. Lo que refleja la importancia de tener mayor presencia en la red.

Pregunta 7: ¿Cuál de los siguientes medios digitales conoce que utiliza la Universidad Técnica de Machala?

**Gráfico 3. Porcentaje de Bachilleres que conoce los medios digitales de la UTMACH.**



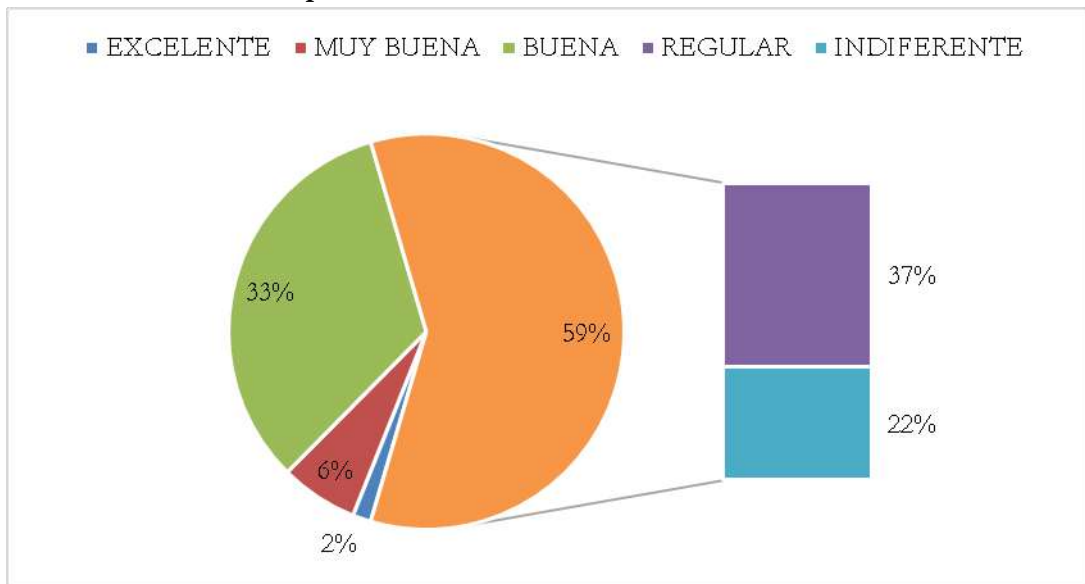
Según los resultados, de los 330 bachilleres el 47% de los bachilleres no conocen ninguno de los medios digitales de la UTMACH, el medio más conocido es el Facebook y la página web de la misma, lo que nos indica y confirma que los amigos y familiares son los medios de conocimiento e información más sobresalientes sobre la universidad.

Pregunta 8: ¿Ha compartido Información de los medios sociales de la Universidad Técnica de Machala?

De los 175 bachilleres que conocen los medios digitales de la UTMACH, solo el 12% ha compartido información de la universidad, mientras que el 88% no lo ha hecho, lo que nos demuestra la falta de confianza o interés de los bachilleres por la información de publica la UTMACH.

Pregunta 9: ¿Cómo Percibe que la calidad de la enseñanza de la UTMACH?

**Gráfico 4. Percepción de la Calidad de enseñanza de la UTMACH.**



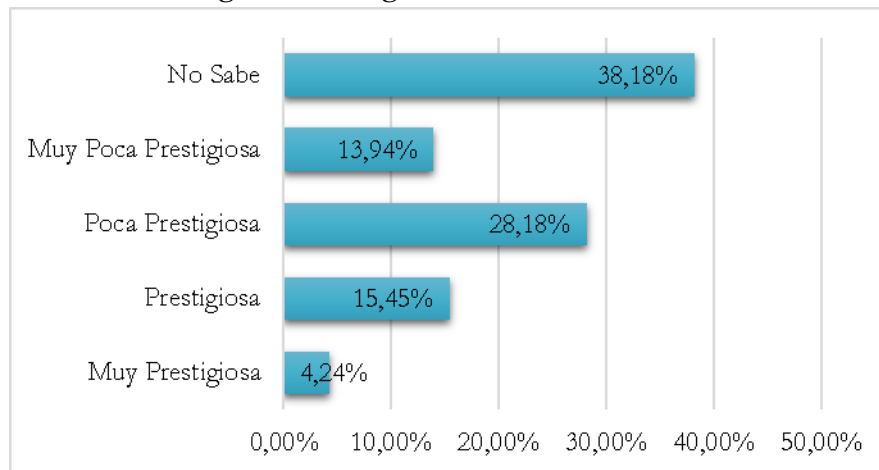
Según el gráfico el 59% del total de bachilleres no tienen una buena percepción de la calidad de enseñanza de la UTMACH, lo que sugiere que las publicaciones no han elevado el valor de la enseñanza, especialmente en este público (ausencia de estrategia de estimulación de demanda).

Pregunta 10: ¿Cuál es la razón por la que percibe que la calidad de enseñanza es buena?

Es interesante notar que según la pregunta, el 50% de los que percibe que la calidad de la enseñanza de la UTMACH es buena, declara que la razón es por la palabra de conocidos que estudiaron allí, y otro 42% por otras razones. Esto refleja una calidad media percibida por parte de los bachilleres.

Pregunta 11: ¿Cómo calificaría el prestigio de la Imagen institucional de la UTMACH?

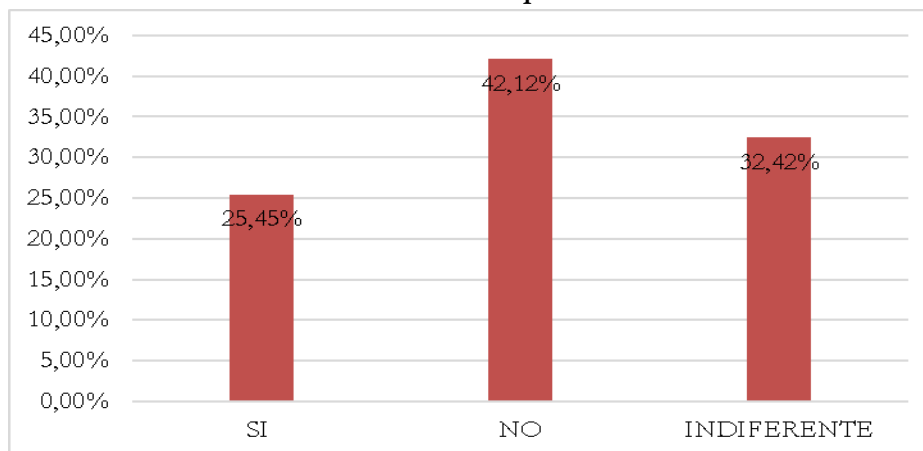
**Gráfico 5. Prestigio de la Imagen Institucional de la UTMACH.**



El gráfico muestra que en la actualidad el 40% de los bachilleres consideran no muy prestigiosa su Imagen Institucional, mientras que el 38% de los bachilleres no saben si considerar prestigiosa o no a la UTMACH, por lo que podemos sugerir que la falta de una estrategia de marketing de educativo no ha permitido realizar la imagen de la institución a nivel de los bachilleres, a pesar de tener un buen posicionamiento.

Pregunta 12: ¿Se siente atraído para estudiar en la UTMACH?

**Gráfico 6. Atracción de los bachilleres para estudiar en la UTMACH.**





El gráfico muestra que solo el 25% de los bachilleres se sienten atraídos por estudiar en la UTMACH, lo que resulta un porcentaje muy bajo de aceptación de la misma. Pero se debe considerar que el porcentaje de los que no se sienten atraídos o es indiferente, que es del 75%, lo que no rebela que las estrategias de captación y aceptación no están dando resultado como parte de una estrategia de marketing educativo.

### **Conclusiones**

1. Las universidades públicas en Ecuador, en este caso la UTMACH, tienen un nivel medio de marketing, y no se orientan a fidelizar la marca, si no a la captación de nuevos bachilleres y posicionamiento de la misma. El fin del marketing educativo es crear una propuesta de valor a la marca. Es decir la diferencia frente a la competencia, ya sea con precios bajos, experiencia, infraestructura, etc.
2. Pese a que la UTMACH es considerado de “calidad media”, como institución superior educativa, pero la información que usualmente se publica no tiene relevancia alguna para los bachilleres; según resultados de las encuestas, por tanto, la eficiencia publicitaria es muy baja, lo que refleja una deficiente estrategia de Posicionamiento y de valor de marca.
3. La UTMACH al ser una institución que brinda un servicio, se considera que lo más relevante dentro de sus estrategias es su propuesta de valor; promesa de servicio que brinda, como se pudo apreciar, el prestigio de la misma sigue siendo bajo, por lo que se puede entender que sus estrategias para dar a conocer este “valor” no están produciendo el efecto requerido.
4. Así, en referencia a las Estrategias de Crecimiento, se observa una marcada Estrategia de Penetración de Mercados, pero en obsolescencia, a raíz de la baja periodicidad de las publicaciones en la sección de noticias de la página web, las cuales ascienden en promedio a 20.3 días, evidenciándose ello en que tan solo existen 8 publicaciones de las aproximadamente 1,570 publicaciones del Facebook que contienen un enlace directo a la página que es una herramienta que permite afianzar la estrategia de Desarrollo de Mercados.
5. En referencia a las Estrategias de Estimulación de Demanda, si bien el número de publicaciones en redes sociales al día es considerado alto (6.5 publicaciones promedio diarias), al ser éstas solo informativas y no incorporar eventos, sorteos, cuponerías o información relevante relacionado al servicio educativo (tan solo el 12% de las publicaciones son compartidas), no generan beneficios adicionales ni amplían nuevos servicios. En general, no tienen una estrategia definida de este tipo.
6. Así también, en referencia a las Estrategias Competitivas del Marketing Educativo, se observa que un 25% de los encuestados que ha visitado el Fanpage de la UTMACH califica al contenido de las publicaciones como poco y medianamente educativo. Se observa que existe un escaso objetivo de presentar sus ventajas competitivas. Las habilidades organizacionales son ineficientes y no crean valor para los usuarios, lo que implica que muy poca gente recomiende o simplemente busque una solución al consultar u obtener el servicio de la UTMACH.
7. Finalmente se puede determinar que los bachilleres no se sienten atraídos por estudiar en la UTMACH, las razones pueden estar vinculadas a que el 40% la calificó de poca prestigiosa, y que el 42% de la considera buena en enseñanza por otras fuentes; que el 86% conocen de la universidad por familiares y amigos; entonces la atracción del bachiller no es fuerte y pierde validez al ser referencia personal.
- 8.

### **Referencias bibliográficas**

- Análisis competitivo de la Empresa: Un Enfoque Estratégico. VENTURA Victoria, J. (1994). Madrid, España.: Editorial Civitas S.A.
- Aproximación a un marketing universitario. TRISTÁ Pérez, B. (2002). Revista Cubana de Educación Superior, 22 (1), 15-36.
- Definición de marketing y del proceso de marketing. Muñoz. (2011). Obtenido de Wordpress:

<https://bibliotecahuertas.files.wordpress.com/2011/03/capc3adtulo-1-definicion3b3n-de-marketing-y-el-proceso-de-marketing.pdf>

Dirección de Marketing. Kotler, P., & Keller, K. L. (2006) México: Prentice Halls.

Estudio de caso en Profundidad. DI TOMASSO, G. (2005). CRM en la Universidad Católica del Uruguay. Montevideo: eBusinessforum.com: página del Economist Intelligence Unit.

Evolución e impacto en la comunicación de valores responsables. Belén López Vázquez (2014). Madrid, España. ISSN: 1137-0734.

Fundamentos de marketing. Monferrer Tirado, D. (2013). España, Universitat Jaume.

Gestión de la relación de las Universidades con docentes, estudiantes y egresados. URTELLA, C. (2013). Uruguay: UdelaR y UCU de Montevideo.

Influence of Environment, Strategy, and And Market Orientation on Performance in small Manufacturing Firms. PELHAM, A. (1999). Journal of Business Research, 45 (1), 33-46.

La Estrategia Competitiva y la Estrategia de Posicionamiento Competitivo Parte II. SALINAS Morales, A. A. (31 de Octubre de 2010). Recuperado el 15 de Mayo de 2017, de AALFREDOSALINAS'S BLOG: <https://aalfredosalinas.wordpress.com/2010/10/31/la-estrategia-competitiva-y-la-estrategia-de-posicionamiento-competitivo-parte-ii/#comment-23282>

Las Estrategias Competitivas y su importancia en la Buena Gestión de las empresas. Ciencias Económicas, 28 (1), 247-276. Castro, E. (2010).

Market Orientation and Performance: Does Organizational Strategy Matter? KUMAR, K., Subramanian, R., & Strandholm, K. (2002). Journal of Applied Business Research, 18 (1), 37-50.

Marketing Educativo, Gestión Estratégica y Calidad Total: Un círculo virtuoso. Organización y Gestión educativa, 3-8 -MANES, J. (2000).

Marketing Educativo. HUERTAS López, M. S. (2011). Obtenido de Slidshare: <https://de.slideshare.net/guest87811a/marketing-educativo-2741038>

Marketing Educativo: Cómo captar, retener y fidelizar alumnos. Reflexión Académica en Diseño y Comunicación, 47-50. BUR, A. (2014).

Marketing en Sectores Específicos. Aguirre, M. S. (2006). Madrid- España. Ediciones Pirámide.

Marketing's role in the Implementation of Business Strategies: A Critical Review and Conceptual Framework. RUEKERT, R., & WALKER Jr., O. (1987). Journal of Marketing, 51 (3), 15.

Metodología de la Investigación. Hernández, R. (2014). México D.F.: McGraw-Hill. México D.F.

Percepción de la Gestión Del Marketing Educativo y Valoración de la Formación Académica Cultural en Estudiantes Universitarios. Tesis Doctoral. GARCÍA Huambachano, V. R. (2015). Lima, Perú. Universidad San Martín de Porres.

Posicionamiento de la Marca: Definición y propuesta de valor de las Carreras de Mercadotecnia de la Zona 3. Lara Luzuriaga, E., & Bucay Moreta, W. (2017). Ambato- Ecuador.: Universidad Técnica de Ambato.

Un enfoque de Gestión. Jerome McCarthy, E. (1960). EE. UU.

Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Porter, M. (1990). México D.F.: Editorial Secsa.

## Perfil del emprendedor femenino en Ecuador

**Romulo Alejandro Barba López**  
Universidad de Guayaquil  
Romulo.barbal@ug.edu.ec

**Janeth Doris Salazar González**  
Libre ejercicio profesional  
janethdsg@hotmail.com

**Marco Antonio Fernández Encalada**  
Universidad Agraria del Ecuador  
mfernandez@uagraría.edu.ec

### Resumen

El emprendimiento se ha convertido en el mundo en uno de los medios claves para impulsar el crecimiento y desarrollo de las naciones. Ecuador no es la excepción, si bien su impulso no se compara tan exitosamente con otros países, se tiene evidencia de su desarrollo. Surgen las interrogantes: ¿Cómo es el emprendimiento femenino en Ecuador. ?; ¿Cuál es el perfil del emprendedor femenino? Ante tales cuestionamientos, se tiene como objetivo general en el presente estudio es describir el perfil del emprendedor femenino en Ecuador. Se implementó el método descriptivo. La investigación que combina el levantamiento y análisis de información de tipo cuantitativa. Se define el emprendimiento, sus factores motivadores y limitaciones, para luego comparar con la evidencia recopilada. Bajo el marco teórico predefinido, se realiza el análisis del perfil de emprendimiento femenino en Ecuador, considerando sus factores claves. Se aplican encuestas a emprendedoras de diversos sectores de Guayaquil, Quito y Cuenca, y entrevistas a los agentes involucrados. Como resultado, se obtiene que el emprendimiento se perfila desde un enfoque mayoritariamente de supervivencia contrario a uno de aprovechamiento de oportunidades, que se caracteriza por asumir un bajo riesgo y con poco valor agregado en los emprendimientos, destacándose lo tradicional. Se presentan actuaciones de los agentes involucrados gobierno, universidades y de grandes empresas. Se concluye que en Ecuador se están implementando reformas estructurales que buscan la transformación productiva, con el fin de incidir en los problemas económicos y sociales que enfrenta el sector femenino.

**Palabras claves:** Emprendimiento femenino, estrategias, desarrollo, crecimiento económico.

### Abstract

Entrepreneurship has become the world one of the key means to boost the growth and development of nations. Ecuador is no exception, although its momentum does not compare so successfully with other countries, there is evidence of its development. The questions arise: What is the female entrepreneurship in Ecuador? What is the profile of the female entrepreneur? Faced with such questions, the general objective of the present study is to describe the profile of the female entrepreneur in Ecuador. The descriptive method was implemented. Research combining survey and quantitative information analysis. Entrepreneurship is defined, its motivating factors and limitations, and then compared with the evidence collected. Under the pre-defined theoretical framework, the analysis of the profile of female entrepreneurship in Ecuador is carried out, considering their key factors. Surveys are applied to entrepreneurs from various sectors of Guayaquil, Quito and Cuenca, and interviews with the agents involved. As a result, we can see that the entrepreneurship is based on a predominantly non-profit survival approach, characterized by low risk and low value added in entrepreneurship,

with emphasis on the traditional. Presentations of agents involved government, universities and large companies. It is concluded that in Ecuador are implementing structural reforms that seek the transformation of production, in order to influence the economic and social problems facing the female sector.

**Key words:** Women entrepreneurship, strategies, development, economic growth.

## Introducción

### Introducción al problema

Dada la transformación que se experimenta en el Ecuador, el emprendimiento se vuelve un factor clave de impulso para aportar al crecimiento y desarrollo socio económico. Es un medio en las economías, para poder pasar desde un ámbito de pobreza a uno de mayor riqueza y con una mejor distribución. Las grandes economías del mundo, han logrado su importante desarrollo gracias a las innovaciones producto de los emprendimientos.

En el socialismo del siglo XXI, se destaca como principal centro del modelo, el hombre, el cual se considera como ser social y se busca atender sus necesidades e intereses de forma equitativa (Harnecker, 2010) y (Díaz, 2008). En dicho marco, el emprendimiento es incluyente y, por ende, muy aportante en este enfoque de desarrollo de un país. En torno al emprendimiento existen variados conceptos que terminan creando una relación entre el emprendimiento, la innovación, el crecimiento y desarrollo de un país (Machinea, 2006) y Hounie, et al. (1999). Por ello, la importancia de promover adecuadamente el emprendimiento en las diversas economías.

Ecuador no es la excepción, si bien el impulso de sus emprendimientos no se compara tan exitosamente con la de otros países, se tiene evidencia de su existencia. Surge entonces las interrogantes: ¿Cómo es el emprendimiento femenino en Ecuador? ¿Cuál es el perfil del emprendedor femenino?

El emprender es crear negocios nuevos e innovadores, que buscan solucionar problemas reales de la sociedad y generar beneficios particulares a sus creadores. Se destaca el hecho de que el éxito de un emprendedor es importante para toda la sociedad.

“El emprendedor es un transformador que percibe gran diversidad de oportunidades en su entorno esto permite desarrollarse más como persona. Es más, si se analiza lo afirmado por Schumpeter, se encuentra con que el emprendimiento va más relacionado con la acción que transforma, que con el mero ejercicio de generación de ideas. El emprendedor es una persona con un cierto número de atributos psicológicos descritos tanto por la personalidad como por los procesos cognitivos activados por las circunstancias” (Marulanda, Correa y Mejía, 2009, p. 159).

Sin duda, el éxito de un emprendedor es importante para toda la sociedad, ya que al emprender se crean negocios nuevos e innovadores, que buscan solucionar problemas reales de la sociedad y generar beneficios particulares a sus creadores.

Es necesario entonces establecer el perfil del emprendedor femenino en Ecuador, partiendo de enfoques teóricos aceptados, perfiles exitosos y comparándolos con los perfiles existentes en la localidad de investigación, con el fin de comprender la situación de los emprendedores. De tal manera, se podrá actuar a favor de su desarrollo con los adecuados incentivos. Ante las interrogantes propuestas y los antecedentes presentados, se plantea como objetivo general el "describir el perfil del emprendedor femenino en Ecuador". A partir de ello, se podrá generar aportaciones que tiendan a fortalecer su competitividad y su desarrollo.

### **Importancia del problema**

En la Constitución del Ecuador (2008) se especifica como objetivo de desarrollo el Buen Vivir. Se plantea el desarrollo de un modelo económico equitativo, donde el centro es la persona y su bienestar. En dicho marco, el emprendimiento se enlaza con los objetivos de transformación productiva en el país, como un desafío aún pendiente.

En Ecuador se busca fortalecer la productividad sistémica del país. El desarrollo de emprendimiento forma parte de sus estrategias concretas. (SENPLADES- Plan Nacional del Buen Vivir, 2007-2013, p. 113), "La estrategia endógena para el Buen Vivir busca desarrollar capacidades y oportunidades para la sociedad a partir de la creación de valor para satisfacer sus propias necesidades expresadas en la demanda interna (...). La inversión pública es uno de los principales instrumentos de esta estrategia, porque permite el ahorro, la movilización y acumulación de capital hacia los enclaves que potencian las cadenas productivas y alcanzar así rendimientos crecientes en la producción".

La Ley de desarrollo de la cultura y emprendimiento creada en el 2008, en el artículo 2, propone el desarrollo productivo de la micro y pequeña empresa, de carácter innovador generando la sana competencia e igualdad de oportunidades. También se crea las bases de un sistema de incentivos financieros y de capitalización. Además, se destaca la existencia de instituciones de apoyo como el Ministerio de la Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

### **Metodología**

Para el desarrollo del estudio se aplica el método descriptivo, el cual tiene como fin caracterizar el objeto de estudio. El tipo de investigación combina lo cualitativo con lo cuantitativo, se parte de la teoría y se contrasta con la realidad empírica (Bernal, 2010).

Se inicia la investigación construyendo un marco teórico para el análisis, que parte de definiciones teóricas aceptadas sobre lo que es el emprendimiento, factores motivadores y limitaciones, se procede a comparar con la evidencia recopilada en el estudio. Posteriormente, se realiza el análisis de la situación de emprendimiento femenino en Ecuador, en torno a sus factores claves.

Para el análisis se hace revisión de información en fuentes secundarias: Libros, artículos científicos, informes de organizaciones internacionales y locales, entre las que se destaca El Reporte de GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2014), CEPAL, INEC (2013), COPCI, (2010), BCE, 2014, SENPLADES. Se destacan autores como Hounie, et al. (1999), Stumpo y Ferraro (2010), Harnecker (2010), Díaz (2008), Marulanda, Correa y Mejía (2009), Duarte y Ruíz, (2009).

Complementariamente se levanta información de tipo primaria. Las unidades de investigación son los emprendedores femenino en Ecuador, preferentemente las micro, pequeñas y medianas empresas, MIPYMES.

El instrumento básico de levantamiento de información primaria es la encuesta y de forma complementaria la observación. La estructura de la encuesta considera diversos bloques para el análisis del emprendimiento como son: Datos generales del emprendedor, tipos de emprendimientos, habilidades de gestión para emprender, factores motivadores del emprendimiento, factores limitantes del emprendimiento, entorno interno y externo, financiamiento, intervención de agentes diversos.

La aplicación de las encuestas se realiza a una selección de una muestra de 384 unidades de emprendimientos en las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca en diversas áreas geográficas. A partir de los resultados, se delinea el perfil del emprendedor femenino en Ecuador, en base a las variables previamente definidas desde el marco teórico.

### Resultados y Discusión

Entre los resultados más relevantes se destaca la existencia de emprendedores con gran voluntad para iniciar y gestionar negocios nuevos. De acuerdo a *Global Report, 2014*, Ecuador tiene una tasa de emprendimiento mayor que el promedio de Latinoamérica (ver **Tabla N.- 1**). Sin embargo, responden mayormente a una necesidad por situaciones de inestabilidad como una opción a la supervivencia, más que al aprovechamiento de oportunidades de mejora. Si se compara el índice motivacional se confirma que la motivación de los emprendedores de Ecuador, relación entre oportunidad y necesidad, es menor que el promedio de Latinoamérica 1,18 frente a 2,18, respectivamente. Ello es una razón relevante para que los emprendimientos no sean tan competitivos y sostenibles.

**Tabla 1. Emprendimiento en Ecuador al 2014**

País	Tasa de Emprendimientos nacientes	Tasa de emprendimientos nuevos	Tasa de actividad emprendedora temprana TEA	Tasa de negocios establecidos	Tasa de cierre de negocios	Tasa de emprendimientos por necesidad (% de la TEA)	Tasa de emprendimiento por Oportunidad (% de la TEA)	Tasa de emprendimiento por Oportunidad de mejora (% de la TEA)
Ecuador	24,5	9,9	32,6	17,7	8,1	29,4	70.1	35
Promedio latinoamérica	11,4	6,7	17,6	8,0	5,4	22,7	74.4	49,7
Unión europea	4,8	3,2	7,8	6,7	2,6	22,8	73.4	47,9

**Nota :** Global Report 2014, GEM. p. 36 y p. 41.

La edad de los emprendedores cuando iniciaron su negocio mayoritariamente bordea entre los 25 a 34 años, ellos representan el 30% de los emprendimientos, según *Global Report, 2014*. Pero no hay limitaciones para el emprendimiento en Ecuador, ya que se continúa emprendiendo entre los 35 y 44 años en una importante tasa de 24%.

### Motivos por el cual se inician los emprendimientos

Cuando se les pregunta a los emprendedores femeninos de Guayaquil, Quito y Cuenca el por qué emprendieron? Responden mayoritariamente por la necesidad de sobrevivir en un entorno de crisis, en el cual como empleado se lo terminaría siempre despidiendo y en el mejor de los casos siendo dependiente, sin mayor futuro de desarrollo (ver **Tabla 2**).

**Tabla 2. Motivación de Emprendimiento**

	% del total
Por oportunidad	25%

Por necesidad	70%
Otros	5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuestas a Emprendedores de Guayaquil, Quito y Cuenca 2016.  
Autores de la investigación.

### **Tipos de Emprendimientos desarrollados**

Los emprendimientos que lideran son los de tipo comercial y los de servicio. Es decir, son negocios de tipo tradicional. Son escasos los emprendimientos en el área de producción de bienes con gran valor agregado. De las 384 unidades de negocios investigadas se tiene los sectores a los que pertenecen (ver **Tabla 3**):

**Tabla 3.** Tipos de emprendimientos realizados

Sector económico	% del total
Producción	9%
Comercio	53%
Servicios	38%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuestas a Emprendedores de Guayaquil, Quito y Cuenca 2016  
Autores de la investigación.

Así, los negocios de emprendimiento son tradicionales y no muestran mayor agregación de valor. Ello es reconocido por los emprendedores y brindan razones a ello. Consideran que ante la falta de suficientes recursos para la inversión, no se puede tener un emprendimiento moderno, con tecnología de punta y menos que compita con grandes negocios que además pueden contratar a talento humano altamente capacitado.

Es que las respuestas al por qué de emprender conlleva a la existencia de estas características en los emprendimientos. Se inicia los negocios con lo que se tiene a la mano. De allí que no todos puedan subsistir a lo largo del tiempo, pues no todos logran desarrollar las habilidades distintivas requeridas para competir eficazmente en los mercados existentes. Aquello es ratificado por el informe al mostrar la tasa de cierre de emprendimientos para el Ecuador del 8%, siendo una tasa superior al promedio de Latinoamérica (Global Report, 2014).

### **Habilidades Distintivas para la Gestión de los emprendimientos**

Los emprendedores, en gran porcentaje no poseen las habilidades técnicas y gerenciales para el adecuado impulso y manejo del emprendimiento. De hecho, cuando se les pregunta su nivel de formación se tiene que mayoritariamente no han culminado la educación primaria y secundaria, y quienes han llegado a tercer nivel lo han hecho en carreras que no tienen relación alguna con gestión de negocios, aunque si en otras habilidades técnicas, por lo que su gestión termina siendo de forma empírica (ver **Tabla 4**).

**Tabla 4.** Formación del emprendedor

Niveles de formación	% del total
Profesional	17%

Técnico	20%
Bachiller	51%
Primaria	12%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuestas a Emprendedores de Guayaquil, Quito y Cuenca. 2016, Autores de la investigación.

Los emprendedores admiten administrar con lo que conocen sobre el negocio, indican que planifican de acuerdo a la experiencia adquirida, la cual a veces es poca e insuficiente, ya que se aprende en el camino. Aunque dicen controlar, asienten que no ejecutan un moderno control, y en muchos casos no llevan registros continuos. Lo cual tiene como consecuencia, la toma de decisiones sin una base de información confiable, ni un análisis técnico preliminar.

Pero las habilidades distintivas no son solo formación y capacidades desarrolladas, son también recursos materiales, económicos, tecnológicos de los cuales dispone en su emprendimiento.

A continuación, se presenta la situación que enfrentan los emprendedores en cuanto a la disponibilidad de recursos económicos, tecnología y desarrollo de la innovación.

### **Disponibilidad de Recursos**

El emprendedor manifiesta que ante la urgencia de satisfacer necesidades debe empezar con lo que posee. En la mayoría de los casos muestran similar historia. La misma tiene en común el hecho de que al empezar no son sujetos de créditos, lo que tienen lo invierten y por ende no poseen las suficientes garantías que presentar en sus solicitudes de crédito. Y de realizar alguna solicitud hasta que puedan tener una positiva aprobación, indican que el entusiasmo por emprender ya se habría perdido, por los trámites que se deben realizar.

El 70% de los emprendedores afirman haber iniciado sus emprendimientos con recursos propios, ahorros, ayuda de familiares y en algunos casos con salarios de trabajos paralelos. Se destaca aquí la afirmación común de que: “el salario básico no alcanza a cubrir el costo de la vida”. Sin embargo, cuando están creciendo deben buscar ayuda financiera de otro tipo, sea de conformación de una sociedad o de entidades financieras accesibles, así también ayuda de gobierno con programas de financiamiento.

Aquello revela parte del carácter y personalidad del emprendedor, es decidido, algo arriesgado, aventurero e impaciente.

### **Tecnología**

El 90% indica tener computadoras con servicio de internet, pero solo un 25% utiliza este medio a favor del emprendimiento. Más del 80% de los emprendedores indican que les es inaccesible el uso de tecnología de punta por sus altos costos. Además, muestran el temor de endeudarse para adquirir alguna tecnología moderna, y que pronto esta cambie, ya que es uno de los sectores más dinámicos. Los limitados recursos económicos de los que disponen no les permitiría ajustarse a los cambios tecnológicos constantes.

### **Innovación**

Si bien crear un negocio empieza por una idea, no todas las ideas son innovadoras, justamente por el tipo de emprendimientos que se generan. Cuando se les consulta a los emprendedores en qué se basaron para decidir



por el tipo de negocio?, ellos responden en una sola tendencia, se fijaron en negocios que parecían que generaba las mayores ganancias.

También se les pregunto si consideraban en sus análisis de decisión, el atender una problemática existente en la sociedad para brindar un producto que satisfaga dicha necesidad identificada. Su respuesta es que no lo vieron de esa manera, su objetivo eran mayores ganancias. Además, porque esa acción implicaba hacer una investigación y no todos sabían hacerlo o menos tenían recursos para hacerlo. La percepción fue principal clave de decisión. Por dicha razón, se puede indicar que en la mayoría de los emprendimientos no se crean bienes y servicios novedosos. Se termina comercializando o haciendo bienes que ya existen en el mercado, volviéndose competidores de otros emprendedores ya existentes.

Adicionalmente, para innovar se requiere de significativos recursos económicos y humanos que desarrollen dicha fuente de habilidad distintiva. Al carecer en forma importante de ellos, el proceso de innovación se ve limitado.

En innovación, es importante la participación de los involucrados en los negocios y en la toma de decisiones, al existir en los emprendimientos una autoridad mayoritariamente autocrática no participativa, ello limita la posibilidad de que se desarrollen ideas creativas. El 80% de los emprendedores acepta que no solicita opiniones de sus colaboradores.

### **Entorno que enfrentan los emprendedores para impulsar sus emprendimientos**

#### **Competencia**

Ecuador presenta una de las mayores tasas de emprendimiento en Latinoamérica, aquello muestra la existencia de mayor competencia interna al ofrecer bienes y servicios no innovadores en los mercados locales. El problema no es la falta de emprendimiento, el problema es el tipo de emprendimiento y su forma de gestión. Como resultado, los emprendimientos se enfrentan a una mayor competencia que gira en un mismo círculo sin presión de mejora.

#### **Entorno Macro ambiental y Marco emprendedor**

Para emprender eficazmente se requiere de condiciones marco emprendedoras. Se necesita de instituciones estables, normativas claras y estables, también de suficiente infraestructura (camino, seguridad, servicios de telecomunicación), estabilidad económica, servicios de salud, educación básica, superior y entrenamiento continuo, desarrollo de investigación, programas de emprendimiento, financiamiento, tecnología. Sin embargo, los emprendedores no esperan a que exista todo ello, deciden emprender por la necesidad que tienen y en las condiciones que se encuentren. Y en el camino enfrentan lo negativo de lo inexistente en el macro ambiente.

Ello contribuye a la tasa de cierre de los emprendimientos. Al tener que hacer frente a aspectos fuera de su control (inflación, tasas de interés altas, impuestos, crisis políticas, económicas, otras), las consecuencias se reflejan en costos de producción y/o comercialización, en la reducción de sus ventas, ingresos y utilidades.

#### **Generación de empleo en los emprendimientos**

Emprender es una forma de pensar y actuar, de forma concreta generando valor tanto para sí mismos como para el resto de la sociedad. Así, el emprendimiento se vuelve uno de los factores a tratar con prioridad en la transformación productiva del Ecuador, porque es incluyente y provoca dinamismo económico.

En los 384 emprendimientos encuestados se generan más de 4.500 puestos de trabajo. El problema radica, en que dicho número de empleo existente no crece, al contrario frente a cualquier inestabilidad en el país se amenaza con disminuirse. Ello evidencia que los negocios constituidos no presentan señales de crecimiento, solo de mantenerse. Como expresan los emprendedores, hay la intención de crecer, pero no los medios que favorezcan la expansión.

### **Sostenibilidad de los emprendimientos**

De acuerdo *Global Report*, 2014, en Ecuador el 8% de los emprendimientos cierran. En Latinoamérica, solo el 5% de los emprendimientos subsisten después del tercer año. Ello revela la necesidad de crear un entorno que ayude a gestionar los emprendimientos con miras a hacerlos crecer y estabilizarse. Pero aún más existe el desafío de internacionalizarlos. Para ello, primero habrá que superar el problema de los cierre de los emprendimientos, creando programas integrales que permitan sus sostenibilidad al transcurrir el tiempo.

### **Intervención de diversos agentes**

El gobierno en los últimos años ha implementado diversas acciones tendientes a promover el emprendimiento como fuente de generación de empleo. Ha promovido la asociatividad, como medio de organización y fuente de financiamiento. Ha brindado asesoría para la formación de nuevos negocios. Sin embargo, el acompañamiento presenta límites, porque no es continuo, ni está en todas las etapas de forma permanente. Es latente el requerimiento de facilidad al mayor acceso de financiamiento. El gobierno puede seguir actuando a favor de los emprendimientos, en torno a políticas gubernamentales en relación a medidas incentivadoras que tenga que ver con regulaciones e impuestos.

También existen agentes no públicos (fundaciones) que actúan de forma aislada, intentando promover los emprendimientos, con apoyos que incluso suelen ser una parte financieros, con ayuda internacional. Terminan en programas de capacitación, pero no en el acompañamiento y motivación que se requiere en los nuevos negocios.

Se evidencia una falta enorme de capacidad de gestión en los emprendimientos, lo cual se mostraría como una de las principales razones para el cierre de los negocios, sin embargo, en este aspecto la actuación es también aislada. En este aspecto las universidades en sus programas de vinculación tienen un gran desafío que atender. Ello implica no actuar aisladamente, sino que integrar los objetivos de desarrollo país, sus recursos y conocimientos y canalizarlos hacia programas educativos a diversos niveles que impulsen y desarrollen los emprendimientos, cuidando que se solucionen los problemas ya mencionados.

En ese sentido, se debe promover emprendimientos que tiendan a solucionar problemas existentes en la sociedad, ello asegura mercado y futuro posicionamiento. Se debe promover emprendimientos innovadores, creativos, no repetitivos. Y finalmente, se debe promover emprendimientos transformadores, no solo comercializables. Por supuesto esta actividad debe ser coordinada con el gobierno y otros actores que buscan objetivos comunes, promover el emprendimiento en Ecuador.

La clave es organización integrada de los diversos agentes que trabajan a favor del desarrollo de los emprendimientos en el país, que sean competitivos y sostenibles.

Se destacan como resultados finales, el hecho de que existen emprendimientos que revelan el surgimiento tanto por el aprovechamiento de oportunidades, pero más por necesidad. También se refleja un emprendimiento, que se inicia en la mayoría de los casos, no con todas o las suficientes habilidades distintivas requeridas para enfrentar competitivamente los desafíos que presentan los mercados.

Como resultado, se muestra un nivel de baja competitividad, sostenibilidad y creatividad en la mayoría de los emprendimientos, con negocios tradicionales y a veces con poco valor agregado, más comerciales. Sin embargo, se destaca la presencia de emprendedores motivados a continuar, mejorar y enfrentar los cambios. Emprendedores preocupados por aprender para agregar valor en lo que hacen y consolidar sus negocios. Consideran es lo más importante para su subsistencia, no dependencia.

### **Conclusion**

El cambio en el Ecuador es una realidad, pero es una realidad en construcción que requiere de acciones concretas en diversas áreas, una de ellas es el desarrollo de emprendimientos competitivos. En este sentido se destaca, el apoyo para su crecimiento. Al analizar el emprendimiento en la ciudad de Guayaquil, se evidencian diversos problemas que se enfrentan, entre ellos se destaca: El hecho de que los emprendimientos son resultado, mayoritariamente, de la necesidad, de la supervivencia en un contexto de desequilibrio, más que del aprovechamiento de oportunidades.

Existen las ambiciones, las ganas y la voluntad de parte de la población que es emprendedora, pero se carece en la mayoría de casos de las herramientas necesarias para una adecuada gestión e impulso de los emprendimientos, para que sean crecientes y sostenibles en el tiempo.

Se resalta la necesidad de combinar políticas públicas a nivel micro, meso y macro que tiendan a modificar las características de los emprendimientos, motivando y brindando los recursos necesarios para que se agregue valor en los bienes que producen, observando oportunidades y desarrollo de estrategias competitivas.

Es importante además la participación conjunta de agentes como el gobierno, la universidad y las grandes empresas, para que con esfuerzos integrados se logre redirigir el emprendimiento al aprovechamiento de oportunidades y en sintonía con los grandes objetivos estratégicos de desarrollo del país. El mayor desafío está en el cambio de las características de los emprendimientos, para ello hay que establecer políticas motivadoras de emprendimientos generadoras de nuevos productos con valor agregado y que atiendan necesidades y problemas existentes en la sociedad, brindar los recursos necesarios, así como el apoyo organizacional no esporádico, el asesoramiento continuo para el encadenamiento del emprendimiento en la nueva matriz productiva del país.

Es destacable la necesidad de impulsar los emprendimientos, por la generación de empleo, por su papel dinámico y activo en la economía y su incidencia positiva en el ámbito social. Las ideas emprendedoras deben partir por identificar las necesidades de la sociedad, así los emprendimientos tenderían a solucionar problemas. Aquello, aseguraría más larga vida y un buen posicionamiento de los nuevos negocios.

En Guayaquil aún hay tareas pendientes en el campo de desarrollo de los emprendimientos y del emprendedor. Faltan acciones que permitan cambiar las características presentes en relación al emprendimiento. El emprendedor, debe poder crear un negocio para gestionarlo competitivamente y que lo haga perdurar en el tiempo, desarrollando habilidades distintivas de forma permanente.

## Referencias bibliográficas

- Banco Central del Ecuador. (2014). Encuesta trimestral de demanda y oferta de créditos bancarios.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. (Segunda Edición). Colombia: Pearson Educación.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008).
- Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones (COPCI, 2010).
- Díaz, J. (2008). ¿Hacia dónde vamos? La economía política mundial contemporánea y la coyuntura ecuatoriana. Segunda Edición. Facultad de Ciencias Económicas-Universidad de Guayaquil.
- Duarte, T., Ruiz, T., (2009). Emprendimiento, una opción para el Desarrollo. *Scientia Et Technica*, vol. XV, núm. 43, diciembre, 2009, pp. 326-33.
- Harnecker, M. (2010) América Latina y el socialismo del siglo XXI. Inventario para no errar. Febrero.
- Hounie, A., Pittaluga, L. Porcile, G. y Scatolin, F. (1999). La CEPAL y las nuevas teorías de crecimiento. *Revista de la CEPAL*. N. 68., p. 19. Agosto.
- Global Report, (2014). Global Entrepreneurship Monitor. GEM. <http://www.gemconsortium.org/report>
- INEC, (2013). Directorio de Empresas y Establecimientos. (DIEE)
- Machinea, J. (2006). Crecimiento, Competitividad e Innovación en América Latina y el Caribe; Naciones Unidas, CEPAL; Buenos Aires; Mayo.
- Marulanda, J., Correa, G., Mejía, L. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. Junio. *Revista EAN* n.66 Mayo- Agosto. Colombia.
- SENPLADES. (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017.

## Gestión estratégica para el emprendimiento del sector de economía popular

**Inés del Tránsito Palomeque Cordova**

Universidad Técnica de Machala  
ipalomeque@utmachala.edu.ec

**Liana Carola Sánchez Cabrera**

Universidad Técnica de Machala  
lsanchez@utmachala.edu.ec

**Jose Kennedy Ollague Valarezo**

Universidad Técnica de Machala  
jollague@utmachala.edu.ec

### Resumen

En la actualidad los Sectores de Economía Popular y Solidaria tienen un índice de crecimiento económico muy alto, y muy importante los mismos que se encuentran frente a un escenario con alto nivel de competencia derivado de los cambios acelerados por una economía globalizada, en donde es necesario que el mencionado sector sea visibilizado y considerado como eje fundamental para el desarrollo del país y de esta manera romper el paradigma tradicional del único enfoque operativo y dar nuevos enfoques y facilidades para la integración de grandes masas de población sumidas en formas de organización informal, que no han logrado su desarrollo económico y social, lo que merece especial atención de manera urgente brindándoles nuevas oportunidades para su perdurabilidad, así como para su creación con un desarrollo económico sustentable. El fin del presente artículo es analizar y destacar la importancia de la Gestión estratégica para el emprendimiento del sector de economía popular y solidaria en la búsqueda y la construcción de un nuevo sistema que privilegie al ser humano en la producción diversificada y eficiente con equilibrio entre la inversión y el trabajo, facilitándole su creación y surgimiento con el financiamiento solidario, y regularizado por la superintendencia, organismo que facilita y apoya el emprendimiento de este sector. Con estas consideraciones se concluye que dentro del nuevo enfoque económico ecuatoriano, el Ser Humano en la Economía Popular y Solidaria es considerado como un actor fundamental cuyo desarrollo eficaz permite el Buen vivir (Sumak Kawsay) de los pueblos, incluyendo motivación, capacitación y potenciación de las experiencias obtenidas en el accionar de sus actores. El art. 283 de la Constitución ecuatoriana abre paso al marco legal de este tipo de economía, al publicarse la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y su reglamento en el año 2012, creando organismos como la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

**Palabras claves:** Gestión estratégica. Emprendimiento, economía popular, finanzas solidarias, estrategia

### Abstract

At present the Sectors of Popular Economy and Solidarity have a very high economic growth rate, and very important the same ones that are in front of a scenario with high level of competition derived from the accelerated changes by a globalized economy, where it is necessary That the aforementioned sector be seen and considered as a fundamental axis for the development of the country and in this way to break the traditional paradigm of the only operative approach and to give new approaches and facilities for the integration of large masses of population immersed in forms of informal organization, Have not achieved their economic and social development, which deserves special attention urgently providing them with new opportunities for their durability, as well as for their creation with sustainable economic development. The purpose of this article is to

analyze and emphasize the importance of strategic management for the entrepreneurship of the popular and solidarity economy sector in the search and construction of a new system that privileges the human being in diversified and efficient production with a balance between Investment and work, facilitating its creation and emergence with solidary financing, and regularized by the superintendence, which facilitates and supports the entrepreneurship of this sector. With these considerations, it is concluded that within the new Ecuadorian economic approach, the Human Being in the Popular and Solidarity Economy is considered as a fundamental actor whose effective development allows the Sumak Kawsay of the peoples, including motivation, training and empowerment of The experiences obtained in the actions of its actors. The art. 283 of the Ecuadorian Constitution opens to the legal framework of this type of economy, when the Organic Law of Popular and Solidarity Economy and its regulations in 2012 were published, creating bodies such as the Superintendency of Popular and Solidarity Economy.

**Keywords:** Strategic management. Entrepreneurship, popular economy, solidarity finance, strategy.

### Introducción

El modelo de desarrollo económico capitalista implantado en los últimos años, ha hecho visible la crisis financiera mundial, desde esta perspectiva, se observan los daños que aún perduran, y han afectado a las diferentes formas de organización y producción de los sectores populares, haciendo que se encuentren aislados, marginados ante el nuevo sistema económico social, debido a que el emprendimiento es cada vez más difícil. Por lo que es urgente pensar en micro finanzas para poder ayudar a levantar a este sector de finanzas populares siendo para ello necesario considerar la categoría de economía popular y solidaria, en donde la profundidad y la calidad de la gestión estratégica y financiera este bien orientada al desarrollo nacional de este sector que es de trascendental importancia en cada País.

En Latinoamérica el sistema económico social y solidario ha venido creciendo con el reconocimiento de las prácticas del trabajo informal auto gestionadas que les permite en muchos de los casos sobrevivir y admitir la inclusión de empleos en el sector privado capitalista ayudando así al sector más vulnerable económicamente. La economía popular y solidaria no es un tema nuevo, este ha existido desde hace mucho tiempo atrás en varios países del mundo, como parte del capitalismo excluyente.

El sistema de economía popular y solidaria está organizado de manera que incluyen a los sectores comunitarios, cooperativistas, asociativos, formando sociedades de personas y no de capitales, además se determina no solo la propiedad individual, sino también la propiedad colectiva, estas agrupaciones se fundamentan, y cobran vida con el trabajo asociativo, con democracia interna e igualitaria, aplicando la equidad, la participación y solidaridad, manteniendo de manera sustentable el respeto a la naturaleza, y al ser humano como el agente principal para el desarrollo de este sector popular .

La Constitución del Ecuador reconoce este Sector como un sistema económico, social y solidario que está integrado por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine, también manifiesta que la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley incluyendo a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios, lo cual se encuentra establecido en la Constitución de la República del Ecuador, y para ello se expide la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario - LOEPS. La Ley reconoce que la Economía Popular y Solidaria es la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basados en relaciones de solidaridad, cooperación y

reciprocidad, privilegiando el trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (Geovanny Cardoso, 2015)

En el presente artículo se abordarán los fundamentos teóricos de la Gerencia Estratégica, estableciendo los cimientos básicos que garanticen el aprendizaje y el manejo de las estrategias de acción y toma de decisiones para el emprendimiento. Además se hace referencia a definiciones, filosóficas, de principales autores y planteamientos de modelos de planeación estratégica con el fin de apoyar a este importante sector y mejorar la economía del País, también se enfocará la Gerencia Estratégica, y la terminología clave del tema, para llegar al emprendimiento de empresas pymes de economía popular y solidaria, su implantación y modelos.

Con el fin de apoyar las finanzas populares y solidarias, el Gobierno Nacional ecuatoriano creo la CONFIPS, como entidad financiera pública el 10 de Mayo del 2011, antes existieron muchos cambios sobre este tipo de finanzas debido a una gran evolución de conceptos fundamentados en la constitución, la misma que reconoce diversas formas de organización popular, en donde el ser humano es el eje principal para el desarrollo de iniciativas productivas y de intermediación financiera y no el capital.

En el Ecuador el Plan Nacional para el Buen Vivir describe que en la economía social y solidaria, el hombre es el centro de la actividad económica y trabajadora, mereciéndose que, la economía esté al servicio de la vida y no lo contrario. Esto implica revertir las ideas inhumanas del capitalismo, en donde la acumulación del capital constituye el motor de la vida, olvidándose del ser humano como ente generador de trabajo.

Ante este contexto la economía popular y solidaria por el contrario, plantea la generación de una economía pluralista, en donde las ideas de acumulación del capital y del poder económico estén subordinadas a la lógica de la reproducción ampliada de la calidad de vida, en donde, el trabajo se convierte en el agente principal.

El aporte que se presenta en este artículo trata de apoyar las iniciativas económicas de la población, de las comunidades, cooperativas, asociaciones desde la perspectiva del trabajo y del emprendimiento de pymes, para desarrollar un trabajo sustentable que brinde una mejor calidad de vida, con el fin de garantizar que la riqueza quede directamente en manos de los trabajadores. Además tiene el propósito de brindar orientación, apoyo, dirección, en la toma de decisiones para el emprendimiento del sector de la economía popular y de las finanzas solidarias, como referente vivido en estos tiempos difíciles de crisis económica, en donde el desempleo va en galopante crecimiento lo cual requiere que el capital humano en forma urgente cree su propia actividad comercial para el desarrollo económico y social de las familias agrupadas en los sectores populares en conformidad con el plan del buen vivir.

### **Objetivos de la presente investigación**

1. Proponer un enfoque de gestión estratégica que pueda ser utilizados en los sectores de economía popular y solidaria.
2. Reconocer como motor de éxito al emprendimiento dentro del proceso para la creación de un negocio.

### **Gestión**

Según Chiavenato (2000) relaciona a la gestión como "La disciplina que persigue la satisfacción de objetivos organizacionales contando para ello una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado".

Según Hernández es el conjunto de actividades coordinadas para dirigir estratégicamente una Organización

con el propósito de generar competencias básicas esenciales para lograr los objetivos y una administración de calidad. (Hernández, 2011)

La definición de Gestión según Salgueiro (2001) se relaciona con la palabra “acción”, que tiene el propósito de llevar a cabo el logro de objetivos previamente establecidos.

Gestión es el conjunto de decisiones y acciones que llevan a la organización a alcanzar los objetivos corporativos, la cual tiene directa relación con la formulación, ejecución y control del Plan Estratégico de la empresa y se basa en la comprensión y administración de la relación e interacción de la empresa con el medio ambiente, es decir con los proveedores y los clientes por una parte y por otra, con los demás agentes presentes en el entorno tales como la competencia, el gobierno, y en general todos aquellos que constituyen la cadena de valor a la que pertenece la Organización. (Amat Joan Ma, 2010)

Además de relacionar a la gestión como un arte y una ciencia, (Hernández, 2011) la asimila con la facultad creadora del hombre, para aplicar los conocimientos de administración y poder ejecutar el análisis, la planificación, organización, dirección y control, lo que significa que se sobreponga al concepto de Administración, el de Gestión. Al hablar de gestión debemos tener presente que constituye la herramienta fundamental para conducir y determinar el camino correcto del destino adonde hay que llevar a la Institución

### **Gerencia**

La Gerencia se la puede considerar desde dos ópticas, la primera como el lugar donde labora o se reúne el Gerente con sus empleados para las reuniones importantes de la empresa. Y la segunda se puede decir que la gerencia es un cargo que ocupa el director llamado también Gerente de una empresa, el mismo tiene múltiples funciones, representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos (Garzón, 2011)

El Gerente, hace referencia a una o varias personas que tienen como parte de su trabajo la función de Conducir, o administrar una empresa o Departamento de la empresa, sociedad, comunidad, y que a su vez tienen a su mando una o varias personas. La persona que realiza esta actividad se denomina gerente de la empresa, quien es el Líder de la misma y el responsable de toda actividad que se realice en ella. Es importante destacar que la gerencia puede ser de dos clases, Tradicional o moderna, el Gerente puede aplicar la gerencia tradicional o la moderna, si la gerencia es tradicional su principal importancia será controlar al personal, de una manera metódica, rutinaria, la organización será de manera lineal, no tendrá ninguna visión sobre el **cambio** a futuro, sólo conservará el mismo régimen de cuando se creó, con una cerrada rutina y burocracia activa, el manejo del personal será de imposición. Mientras que si aplica la gerencia moderna se centra en formar y fortalecer el capital humano, formando emprendedores, la productividad, la efectividad, la competencia, la calidad, también se enfoca en los cambios futuros y en los presentes, con la finalidad de generar ganancia sólidas, manteniendo un liderazgo participativo, con capacitación del talento humano, alcanzando un buen enfoque Gerencial siendo innovador, creativo y visionario

### **Gestión estratégica**

La Gestión estrategia es un proceso continuo en donde la dinámica operativa de las actividades o acciones que se realice debidamente planificadas y ejecutadas por el Gerente garantizan el éxito de la empresa, y para lograrlo se debe aplicar tareas inherentes a la gestión estratégica como son:

- Dirigir el concepto de Negocio, estableciendo la misión, visión, objetivos y valores



- Transformar la misión en objetivos específicos.
- Ejercer liderazgo interno que impulse la mejora continua del negocio
- Elaborar estrategias que permitan obtener los resultados esperados y aplicarla en la implantación del negocio.
- Evaluar periódicamente los resultados, revisar el desarrollo de actividades y tomar correctivos si el caso lo requiere (José M Saínez de Vicuña, 2014)

### **Gerencia estratégica**

Según Julián Darío Giraldo O., la Gerencia Estratégica es una herramienta para administrar y ordenar los cambios, donde se definen los objetivos de la Organización estableciendo estrategias para lograrlos y se reconoce la participación basada en el liderazgo de los ejecutivos de la empresa para tomar las decisiones que correspondan a las demandas del ambiente inmediato y futuro.

Según Fred. R David, Gerencia Estratégica es un proceso mediante el cual se formulan, ejecutan y evalúan las acciones que permitirán que una organización logre los objetivos. Según estas definiciones se puede concluir que la gerencia estratégica es un proceso apasionante, que necesita una Organización para que sea PROACTIVA, en lugar de reactiva, debido a que esto permite organizar información, de tal manera que sirva para la toma de decisiones eficientes en las actuales circunstancias de incertidumbre que vive este sector económico del País, cuya característica primordial es el cambio que necesitan y esperan que el Estado ecuatoriano les brinde a través de las entidades financieras creadas para brindar facilidades para el desarrollo del este sector de economía popular y solidaria. Además la gerencia estratégica brinda una oportunidad para ajustarse en forma constante a los sucesos y acciones actuales de los competidores.

La aplicación de la Gerencia Estratégica permite el monitoreo continuo de los hechos y las tendencias internas y externas en las que se desenvuelven las organizaciones, adecuándose, previendo los cambios y buscando un crecimiento sustentado. Además la Gerencia Estratégica proporciona el marco teórico para la acción que se halla en la mentalidad de las organizaciones y sus empleados permitiendo que se analicen las situaciones en un lenguaje común y que decidan sobre las acciones que se deben emprender en un periodo razonable. Goodstein (1997:9) afirma que la gerencia estratégica permite que los líderes de las organizaciones liberen la energía que esta, detrás de una visión compartida y cuenten con la convicción de que pueden llevar a cabo la visión.

### **Estrategas**

La estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin y considerada como la dialéctica de la empresa con su entorno.(Ansoff H. Igor, 2010)

Este término nace en tiempos primarios donde se consideraba a la estrategia, como el arte para dirigir las operaciones militares y lograr sus objetivos, sin embargo en la actualidad también se utiliza para referirse a la planificación realizada para dirigir un asunto que asegure la toma de una óptima decisión, en otras palabras la estrategia se la puede considerar como el proceso seleccionado para prever y lograr los objetivos propuestos. Estrategia es la determinación de objetivos a largo plazo, la elección de acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos. La estrategia es el camino por el cual las empresas generan valor agregado a las cosas y aportan significativamente al éxito, mediante la planificación estratégica y quienes están al frente como gerentes, son responsables del éxito o fracaso de la empresa o Industria, por lo tanto en calidad de Presidente, Propietarios, Gerentes, Director, Rector, de Empresas deben conocer y aplicar las estrategias para garantizar el éxito (Alfred Chandler, 2012)

## **Etapas de la gerencia estratégica**

**Existen 4 etapas muy bien definidas sobre la gerencia estratégica que son relevantes conocerlas para ejecutar una buena Administración empresarial.**

Según Porter (1992,14) La primera etapa de la gerencia estratégica se denomina formulación estratégica y es el proceso en el cual los administradores formulaban la estrategia recibió el nombre de planeación estratégica.

La segunda etapa se inicia cuando las investigaciones permiten establecer la importancia de lo que se denomina configuración interna de la organización, y Porter la llamó Planeación de habilidades, donde se había creado una importante disciplina administrativa siendo los ejecutivos quienes aplicaban la planeación estratégica y se prosperaba en el campo.

La Tercera etapa se dio como respuesta de cambios socio-políticos y tecnológicos, en donde las organizaciones realizan grandes esfuerzos para dar una respuesta estratégica oportuna a lo que se denominó respuesta administrativa.

En la cuarta etapa H. Igor Ansoff unifica el estilo incrementando el emprendimiento en las organizaciones y considerándolo a este último término como parte de la Administración estratégica, para asegurar un futuro viable y exitoso en las organizaciones y en su medio ambiente.

### **El emprendimiento**

El emprendimiento es la actitud o capacidad que tienen las personas para realizar esfuerzos individuales o colectivos para crear una empresa o proyecto. También se puede decir que el emprendimiento es una iniciativa que asume un riesgo económico invirtiendo recursos con el objeto de aprovechar una oportunidad que le ofrece el mercado.

Todo emprendimiento nace de una idea y que despierta un gran interés como para asumir un riesgo económico y social como es hacer realidad dicha idea de crear un negocio y alcanzar los objetivos planteados, A la persona que inicia una empresa o proyecto de negocio por su propia decisión se le conoce como un emprendedor.

Emprender es el medio rápido para que las ideas se hagan realidad y sean desarrolladas según la factibilidad, y valoradas de verdad de acuerdo a sus beneficiarios, el deseo de querer trabajar para uno mismo despierta nuevas ideas y motiva a querer emprender y a querer cambiar las condiciones de vida que la sociedad se encuentra, por tal motivo existe varias razones por las cuales se quiere emprender.

### **Razones para emprender**

El emprendimiento hoy en día, ha marcado una gran importancia, debido a que ha logrado modificar el escenario económico de los países, debido a la necesidad que tienen muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, subempleo y la baja calidad de los empleos existentes, ha obligado a las personas a generar sus propios recursos, iniciando negocios informales muchos con la finalidad de subsistir, otros planificando e invirtiendo estos son quienes pasan de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun si se tiene

en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir. (Manuel de Castillo, 2016)

Para empezar un negocio generalmente se requiere:

- La idea de negocio que involucra un producto, servicio, proceso o nueva tecnología.
- Gente que apoye el trabajo, sean empleados, vendedores o anunciantes.
- Un proceso por el cual el producto o servicio será entregado, o por el que la tecnología será desarrollada.
- Dinero suficiente para desarrollar la idea hasta el punto que genere ganancias
- Un local donde se desarrollará la idea

**Figura 1.** Emprendimiento en Ecuador



**Fuente:** Diario el Telégrafo (El Telégrafo, 2015)

Si se analiza lo que se observa en el gráfico se puede decir que la actividad emprendedora en el Ecuador ha crecido considerablemente en un porcentaje de 32,6% es decir que por cada 3 personas, 1 ha emprendido en un negocio, lo malo es que no han podido mantenerlo sustentablemente y han desistido antes de los 4 años de existencia (Figura 1).

No basta con que el Ecuador se distinga como el país de América Latina con mayor tasa de emprendimiento temprano, con el 32.6% por encima de Perú, Chile, e incluso del promedio regional, que es de 17.6%, lo importante es que esos negocios crezcan, generen valor agregado, se mantengan sólidos y produzcan bienes y servicios, generando empleo. Sin embargo hay una percepción general de que en el Ecuador los emprendimientos corren con una suerte de ‘mortalidad temprana’ y que los empresarios son todavía tímidos, no saben cómo fortalecer su negocio. (El Telégrafo, 2015)

El Gobierno ecuatoriano ha entendido muy bien la importancia del emprendimiento, debido a que ha iniciado programas de apoyo a emprendedores, facilidades en trámites, financiamiento con el fin de ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva. En la actualidad se conoce que en casi todos los países, existen entidades dedicadas exclusivamente a promover el emprendimiento a través de la creación de empresas entre profesionales, y/o entre quienes tengan conocimiento específico para poder ofertar un producto o un servicio,

con posibilidades de éxito.

### **¿Qué es la economía popular y solidaria?**

En el Ecuador a partir del año 2011 se reconoce a través de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS) una nueva forma de organización económica en la que sus miembros, ya sea en forma individual o colectiva, se organizan para desarrollar procesos de producción y comercialización, realizando intercambios de bienes, financiamiento y consumo de bienes y servicios, mediante relaciones basadas en la solidaridad, en la cooperación y reciprocidad, situando al ser humano como sujeto y fin de su actividad. (Pablo E. Fierro, 2014)

Este nuevo estilo denominado Economía Popular y Solidaria busca potenciar las prácticas de la economía y el comercio que se desarrollan en los pueblos, comunidades, caseríos o comunas, y en las unidades económicas productivas cuyo objetivo es alcanzar el Buen Vivir muy conocido en el Ecuador como Sumak Kawsay.

Esta forma económica tiene un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integren los sectores de Economía Popular y Solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario, estos sectores están integrados por formas de Organización pública, privada, mixta, popular y solidaria

Según Luis Razeto: La economía popular y solidaria plantea la necesidad de introducir la solidaridad dentro la economía; siendo necesario incorporar la solidaridad en la teoría y en la práctica económica, por lo tanto la solidaridad es construida sobre fundamentos de la equidad y reciprocidad; en donde el compartir es el interés de “todos” y no en un simple ejercicio de la caridad, Además el sistema económico, es considerado como el conjunto de partes interrelacionadas con el propósito de lograr un fin común, el mismo que está basado en el análisis de cadenas productivas, y esas partes que lo integran son la micro, pequeña, mediana y grandes empresas; las mismas que participan activamente con sus integrantes en la producción de bienes y servicios. La LOEPS trata de instituir el régimen de derechos y obligaciones, establecer beneficios de las personas y Organizaciones que integren este sector, brindándoles, rectoría, regulación control, fomento y acompañamiento, lo cual debe hacer el Estado supervisando con una mirada integral tanto su funcionamiento como los requerimientos.

Según el artículo N°4 de la LOEPS, determina los principios a los cuales debe sujetarse las personas y Organizaciones que formen parte de esta actividad.

- Búsqueda del buen vivir y del bien común
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales
- El comercio Justo y el consumo ético y responsable
- La equidad de Género
- El respeto a la identidad cultural
- La autogestión
- La responsabilidad Social y ambiental, solidaridad y rendición de cuentas
- La distribución equitativa solidaria de excedentes

Las formas organizativas de la economía popular y solidaria que la Ley reconoce son: el sector asociativo, el sector comunitario, sector cooperativo, puede ser relacionado con vivienda, ahorro y crédito, consumo, servicios y las unidades económicas populares, que según la Ley son los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y artesanos (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2012).

### **Importancia y beneficios de la economía popular y solidaria en el Ecuador**

En toda América Latina y haciendo énfasis al Ecuador, se evidencia y menciona prácticas y discursos relacionados a los sectores de una economía popular y solidaria. Con respecto al Sistema Económico Ecuatoriano, la Constitución del Ecuador indica y especifica en su artículo 276. El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Por lo tanto el fortalecimiento de este sector económico y la agilidad en los trámites para su creación y para los socios tienen prioridad, ya que ha sido considerado clave por el Gobierno para la inclusión social, para la generación de ingresos y empleos, además fue planteados como objetivos fundamentales para ser alcanzados durante el año 2014 por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (Hugo Jácome, 2014)

Los beneficios que se ha logrado a través de la Superintendencia han contribuido al desarrollo y consolidación de este sector de Economía Popular y Solidaria entre varios se destacan los siguientes:

1. Estabilidad y correcto funcionamiento de las organizaciones;
2. Transparencia y lucha contra la corrupción al interior de las organizaciones;
3. La defensa de derechos de socias y socios
4. Inclusión económica y social mediante el reconocimiento y constitución de organizaciones;
5. La confianza en el sector y su fortalecimiento; y
6. El fortalecimiento de la institucionalidad pública creada en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.

El sistema económico es social y solidario, reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

### **El solidarizarse crea empleo**

En la última década, el Estado ha logrado integrar paulatinamente a los territorios en una lógica de desarrollo económico encaminada a erradicar la extrema pobreza y la falta de empleo. Sin embargo, para poder cambiar las diferentes políticas económicas históricamente heredadas, el Gobierno ecuatoriano promueve la Economía Popular y Solidaria (EPS) en la Zona 7 -El Oro, Loja y Zamora Chinchipe esto es una alternativa eficaz para generar empleo mediante actividades cooperativas y coordinadas entre los actores públicos, privados y comunitarios, estas provincias representan el 11% del territorio ecuatoriano, y se dedican a usos agrícolas, especialmente en banano, maíz seco, café, cacao y arroz y frutas tropicales, sin embargo solo el 13,7% de esta superficie es apta para la agricultura, circunstancia que ha generado un bajo rendimiento de la producción agropecuaria por tal motivo el Estado ha contribuido con préstamos agropecuarios para incentivar la producción y lograr altos niveles de concentración de la tierra, el crédito y el riego; la deficiente infraestructura productiva y la escasa organización de los productores, es lo que ha impulsado apoyar al sector de solidaridad y financiamiento popular. Para poner un ejemplo, todavía hay oportunidades para emprender, el sur del país cuenta con potencialidades que pueden aprovecharse y cambiar la dinámica productiva para alcanzar el Buen Vivir.

### **Oportunidades para emprender en sectores de economía popular**

Aún existen lugares donde se encuentra la presencia de biodiversidad para la vida en el planeta, una gama de recursos minerales y marítimos aprovechables, los productos y servicios turísticos disponibles, el vasto patrimonio cultural tangible e intangible, el comercio, las ventajas derivadas de la situación fronteriza de los territorios y la mejora de la competitividad sistémica generada por la inversión pública, diferentes programas emprendidos por comunidades como Hilando juntos, (uniformes para escolares) entre otros, lo que demuestra la importancia de crear asociaciones para realizar unidades productivas que generen empleo y contribuyan a mejorar la economía del País.

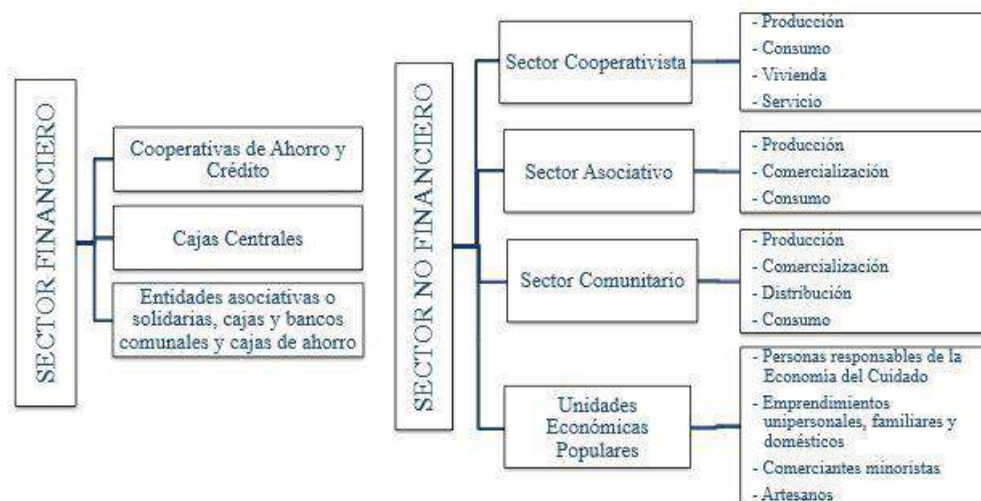
También el Estado ha impulsado la capacitación a representantes de la Secretaría de Economía Popular y solidaria, así como a establecido Alianzas estratégicas con universidades e Instituciones públicas para la capacitación a las personas que deseen emprender en negocios o unidades de producción. Frente a este contexto se puede decir que la Economía Popular y solidaria en la actualidad ya es un gran desafío para generar empleo, impulsando la creación de la microempresa, desarrollando las brillantes ideas que el capital humano aporta para mejorar la economía de este País. (Kevin Jiménez, 2015)

Otra oportunidad es la que ofrece la Superintendencia quien viene contribuyendo al desarrollo y consolidación de este sector mediante seis objetivos fundamentales:

1. Estabilidad y correcto funcionamiento de las organizaciones;
2. Transparencia y lucha contra la corrupción al interior de las organizaciones;
3. La defensa de derechos de socias y socios;
4. Inclusión económica y social mediante el reconocimiento y constitución de organizaciones;
5. Confianza en el sector y su fortalecimiento; y
6. Fortalecimiento de la institucionalidad. Estos objetivos estimulan el emprendimiento de los sectores de economía popular y solidaria, debido a que constituye una garantía para el éxito de las unidades de producción que se creen y se desarrollen.

### **Organizaciones supervisadas por la SEPS. Secretaría de Economía Popular y Solidaria**

**Figura 2.** Sector financiero y sector no financiero



**Fuente:** Secretaría de Economía Popular y Solidaria.

### Cómo crear una organización popular y solidaria

Un proyecto de creación de un negocio de economía popular y solidaria no se plantea aisladamente, sino como una estrategia que trata de abarcar al conjunto de actores económicos y sociales de una sector, región, pueblo, comuna, localidad, de un País y también a nivel mundial, para construir una nueva economía de desarrollo, no en base a competir individualista y lograr grandes tasas de ganancias, sino en compartir equitativamente los beneficios económicos, y los conocimientos, para en conjunto, lograr satisfacer sus necesidades básicas y crecer con solidaridad (Figura 2).

El sector de economía popular y solidaria está integrado por las organizaciones formadas por los sectores cooperativistas, asociativos, y comunitarios

El Sector Cooperativo constituyen las cooperativas llamadas sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para emprender en empresas de propiedad común con personería jurídica de derecho privado y de interés social y esta manera cubrir las necesidades económicas, sociales, y culturales. Las cooperativas pueden ser de producción, consumo, vivienda, ahorro y crédito y de servicios.

El Sector Asociativo, está integrado por el conjunto de asociaciones constituidas por las personas naturales que realizan actividades económicas, de producción, de comercialización, consumo de bienes y servicios lícitos y necesarios, herramientas, tecnología, equipos estas actividades pueden ser solidarias o auto gestionadas. (Jhon Alejandro Boza & Nelly Manjarez Fuentes, 2016)

El Sector Comunitario son Organizaciones vinculadas por relaciones de territorio, o por cuestiones familiares étnicas, culturales, de género, ambientales, urbanas, rurales, comunidades, pueblos y nacionalidades los cuales mediante labores conjuntas, producen, comercializan, distribuyen y consumen bienes y servicios. (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2012).

Para constituirse parte del sistema de una economía solidaria se necesita tener una visión integral, holística, desde el inicio tomando en cuenta lo local e ir interconectando con los niveles regionales, nacional,

latinoamericano, global. También es importante optimizar los recursos, las capacidades y sinergias y controlar los factores externos, promoviendo las relaciones locales, políticas, ambientales, económicas, y sociales, potenciando la cooperación y las expresiones culturales.

Quienes integran este sistema de economía solidaria deben desarrollar una vocación de aporte, colaboración con el sector público, con una mentalidad ética de funcionario/a público, debiendo motivar la capacitación, formación y acción de las personas para el desarrollo local centrado en la solidaridad, con aplicación de código de ética, promoviendo la solidaridad.

Si una persona quiere emprender en un negocio debe analizar los siguientes pasos:

- Identificar si la idea del negocio es persistente, tiene fortaleza, seguridad
- No confiar la idea a quienes pueden venderla a la competencia.
- Determinar un valor económico necesario para iniciar el negocio, y obtenerlo
- Planificar las actividades que hay que realizar
- Se comienza a pequeña escala
- Establecer una misión y visión, para saber que hay que hacer y adonde se quiere llegar

### **Discusión**

El emprendimiento de nuevos y pequeños negocios (pymes) en países de Latinoamérica tiene un crecimiento acelerado y se desarrolla en cada país de diferentes maneras, debidos a las condiciones y circunstancias que cuentan para su implantación como los recursos naturales, humanos, culturales, económicos y al apoyo que se les ofrezca por parte del Estado, estos sectores constituyen una alternativa consolidada para las clases menos favorecidas que emprenden en negocios propios pero por lo general no tienen una larga vida, frente a este contexto el Gobierno ecuatoriano viene fomentando el apoyo para el desarrollo de los emprendimientos de estos sectores de economía popular y solidaria .

La implantación de la Gestión estratégica en estos sectores resulta de gran utilidad, puesto que quienes emprenden son en su mayoría personas con escasos conocimientos en Administración de negocios, se les dificulta poder organizar y dirigir su propio negocio, es por esa razón que inician muy bien, pero no pueden mantenerlo en forma sustentable y en pocos años se ven obligados a cerrar. Al aplicar la Gestión estratégica como una herramienta fundamental permitirá conseguir un equilibrio económico y administrativo y estabilidad en la estructura organizacional por el crecimiento, mediante los esfuerzos realizados por los actores de este tipo de negocios . Es necesario y urgente que se apoye también con el control y auditorías contables para que la economía popular y solidaria tenga éxito y larga duración, lo cual significará mejorar la economía del País y quedar libre del desempleo.

### **Conclusiones**

Luego de la investigación realizada hemos llegado a las siguientes conclusiones:

Que la economía popular y solidaria es un modelo económico en donde el bien común y el buen vivir esta en primer lugar.

El ser humano es la parte dinámica y está considerada como sujeto y fin

La micro empresa se puede implementar con facilidad gracias al apoyo gubernamental sin grandes costos y experiencias.

Al emprender en negocio o en una unidad de producción se puede obtener ingresos económicos que permitirá mejorar la calidad de vida de los habitantes, independientemente de la educación que tengan, del



lugar de residencia, raza, religión y se logrará eliminar en parte el desempleo.

Los objetivos planificados son comunes, y de carácter asociativo, se distribuirán las utilidades en partes equitativas de acuerdo al trabajo realizado a su participación en las actividades realizadas.

Las personas de este sector han desarrollado sus capacidades intelectuales las mismas que son muy necesarias para emprender cualquier otro tipo de negocio, lo que les ha permitido superar el temor a ser rechazado y de fracasar en el negocio, fortaleciendo su espíritu de emprendedor

Quienes hayan formado su propio trabajo aprenderán a ser líderes y liderara personas de su red de distribuidores, y podrá dirigir al personal, con gran capacidad de mando.

### **Referencias Bibliograficas**

- Alfred Chandler. (2012). Planificación Estratégica . Gestio Polis, 3.
- Amat Joan Ma. (2010). El control de Gestión: Una perspectiva de Dirección. Barcelona : Editorial ediciones Gestion 2000.
- Ansoff H. Igor. (2010). La Dirección estratégica en la práctica empresarial. Mexico: Trillas.
- Garzón, R. C. (2011). Analisis del conceptos de Gestión, Administración desde la producción científica de enfermería en america Latina. Bogota : Universidad de Colombia .
- Geovanny Cardoso, C. N. (2015). Economía y Finanzas Populares y solidarias. Quito: CTB Ecuador.
- Hernández, T. M. (2011). El control de Gestión empresarial. Criterios para la evaluación del desempeño. La Habana: Editorial del ISP JAE 2001 Pág. 140.
- Hugo Jácome. (2014). El trabajo de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria ayudó al fortalecimiento del sector en 2014. Andes. Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramérica, 8.
- Jhon Alejandro Boza & Nelly Manjarez Fuentes. (2016). Diagnostico estratégico de emprendimiento de economía popular y solidaria en el Ecuador. Ingeniería Industrial, 16.
- José M Sáinz de Vicuña. (2014). El Plan Estratégico en la práctica ( 4ª edición ). España : Esic - Libros profesionales.
- Kevin Jiménez, K. (2015). En el Sur del Pais la Solidaridad crea empleo. Chakana . Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo Semplades, 4.
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (28 de Abril de 2012). Ley Organica de Economía Popular y solidaria LOEPS. El Sector Financiero Popular y Solidario. Quito-, Pichincha, Ecuador: Secretaria Nacional de economía.
- Manuel de Castillo. (2016). Razones principales para emprender. Intelectium, 4.
- Pablo E.Fierro, y N. (2014). Importancia del ser Humano en la Economica Popular y Solidaria en el Ecuador . OI DLES Observatorio iberoamericano del desarrollo local y la economía social , 5.
- Telégrafo.com, E. (21- Jueves de Mayo de 2016). El 32,6% en el cuador son emprendedores. Escuela Superior Politécnica del Litoral, pág. 4.

# Sistema de competencias en la formación del Trabajador Social en la Universidad Técnica de Machala

**Karem Paola Zambrano Sinche**  
Universidad Técnica de Machala

**Gicela Carola Aguilar Mora**  
Universidad Técnica de Machala.

## Resumen

El trabajo se inscribe en la planificación curricular de las Carreras académicas, está referido a la descripción de competencias, que desde la visión de los empleadores son necesarias para cubrir las expectativas de actuación profesional y dar mayor pertinencia a la relación entre el perfil profesional y los requerimientos del mercado laboral, aproximando la formación académica al objeto real de la ocupación, lo que implica a su vez, acercar a los estudiantes a contextos próximos de actuación. Para tal propósito de ajuste entre estas dos variables, y referido a la Carrera de Trabajo Social de la Universidad Técnica de Machala, se realizó una investigación cualitativa teniendo como unidades de investigación a los empleadores y a los profesionales en ejercicio en diversas áreas. La selección fue criterial, la muestra no obedece a una estimación estadística. El tratamiento de la información estuvo centrado en la captura del criterio y su fundamentación descriptiva, proporcionando precisión en la descripción de cada competencia. El resultado fue la obtención de un sistema básico de competencias, y paralelamente satisfacer las exigencias del equipo técnico curricular del Consejo de Educación Superior, en la tarea de rediseños curriculares de las Carreras para su regularización.

**Palabras claves:** Competencias, currículo, perfil profesional, Trabajo Social, contextos de actuación.

## Abstract

The current work is part of the curriculum planning of academic careers, that refers to the description of competencies, which from the employers' view are necessary to meet expectations of professional performance and give greater relevance to the relationship between professional profile and the requirements of the labor market, by approaching the academic training to the real object of the occupation, which implies in turn, bring students closer to contexts of action. For this purpose of adjustment between these two variables, regarding to Social Work Career of the Technical University of Machala, a qualitative investigation was carried out having as investigative units the employers and the professionals in execution of diverse areas. The selection was based on criterion, the sample does not refer to a statistical estimate. The treatment of the information focused on the capture of the criterion and its descriptive foundations, providing the precision in the description of each competence. The result was to obtain a basic system of competencies, and in parallel to satisfy the requirements of the curricular technical team of the Higher Education Council, in the task of curricular redesigns of the careers for its regularization.

**Keywords:** competencies, curriculum, professional profile, Social Work, performance contexts

## Introducción

### Introducción al problema

Los cambios operados en la sociedad, producto del progreso tecnológico y comunicacional y que se inscribe en la esfera de la globalización, implican para la academia nuevas exigencias de actuación y rigor para desarrollar, en el esquema de actuación profesional, nuevas capacidades que tienen que ver con habilidades y con competencias lógicas, reflexivas y analíticas. El producto de la academia debe ir, incluso, a darle nuevos giros a

los mecanismos de comprensión, alejándolas de determinadas certezas históricamente asumidas como válidas, sustituyendo críticamente matrices cognitivas dominantes. En consecuencia, asimilando nuevos paradigmas de comprensión y actuación.

En esta dinámica, resulta que desde la visión de los empleadores de profesionales en Trabajo Social, es necesario incorporar o ajustar variadas competencias para cubrir las expectativas de actuación profesional y dar mayor pertinencia a la relación entre el perfil profesional y los requerimientos del mercado laboral. Desde el aspecto académico, esto permite aproximar la formación al objeto real de la ocupación. Para lo demandado, el perfil actuante de nuestros estudiantes debe contener, entre otros: un sistema de competencias, estructuras reflexivas y mayores posibilidades de experiencias subjetivas; de la que deriven cualidades como: lograr el desmontaje de categorías conceptuales tradicionales; encontrar las disonancias del discurso teórico con la realidad cotidiana; de desconfiar de la respuesta existente; y reconocer la validez de la interpretación. Es decir comprobar un concepto, un método, una creencia, mediante la acumulación de evidencias y conexiones lógicas para dar a lo obvio una categoría de sustentabilidad.

El eje de la formación profesional basado en el aprendizaje es el competencial, esto es, el núcleo de la intencionalidad formativa son las competencias, que se las define generalmente, como aquella capacidad adquirida en procesos regulares de aprendizajes, para interpretar, hacer, crear o innovar algo con solvencia, pertinencia, prontitud y exactitud; y que, en cualquier circunstancia, puede satisfacer criterios de validación en procesos prácticos. De hecho se asume como hipótesis que las necesidades de acercar a los estudiantes a escenarios próximos de actuación en la ocupación profesional, requiere de un reajuste en la declaración de las competencias a cumplir.

Las competencias están relacionadas directamente al perfil profesional de la Carrera y se convierte en insumo del ejercicio práctico de la profesión. En efecto, la competencia es el resumen de la articulación de conocimientos especiales, actitudes y destrezas, que otorgan al sujeto, en su estatus profesional, la capacidad para desempeñar con éxito y solvencia una función determinada en un entorno con características específicas, produciendo efectos, anticipadamente configurados, sobre problemas, así mismo, fielmente planteados. (Yániz, 2008, págs. 31-32)

En función directa a esto, se persigue someter a juicio la pertinencia de las competencias en vigencia; y consensuar sobre la formulación de nuevas o remozadas competencias. En la planificación curricular, definir competencias hacia un perfil profesional previsto, implica acercar a los estudiantes a contextos reales, lo que deriva en un acercamiento de actuación, así mismo real, cuando se han definido y caracterizado el sistema de las tareas a cumplir en función de las condiciones del entorno. El resultado investigativo previsto fue tener un sistema básico de competencias para que el profesional formado sepa ejecutar funciones de manera autónoma, con responsabilidad inherente. Las decisiones que tome, muchas veces creativas o innovadoras, le otorgarán reconocimientos u observaciones, que tendrá que asimilarlas como aprendizajes pos formación, sin que contradiga lo aprendido académicamente en el aula, sino como agregado del continuo aprendizaje.

### **Importancia del problema**

El eje central de interés de este estudio es conciliar las competencias del diseño curricular a las características de la demanda del mercado ocupacional, en un mundo social dinámico, en tanto la estructura académica se ve exigida a realizar ajustes para mantener su vigencia en un conjunto caótico de problemas sociales, al que persigue afectarlo, y de esta manera obtener logros socialmente rentables y que le reconocería la pertinencia a la Carrera.

Además, el estudio estuvo dirigido a satisfacer las exigencias de los criterios de evaluación del equipo técnico curricular del Consejo de Educación Superior (CES), en la tarea de rediseños curriculares para la regularización de las Carreras.

### **Metodología**

La definición de las competencias, su caracterización y descripción, resulta de la evaluación del quehacer profesional cotidiano, que se investiga por diversos medios, para la formulación innovadora del currículo adaptado a las condiciones del entorno, que es el recurso externo a las que se movilizan los conocimientos, actitudes y destrezas del sujeto profesional. En esta afirmación está implícito el concepto de competencia de acción profesional, que hace alusión Echeverría al referirse a la configuración de la profesionalidad, (Yániz, 2008, págs. 31-32)

Para el propósito de ajuste entre las variables: perfil caracterológico de la demanda; y competencias profesiográficos, particularmente referido a la Carrera de Trabajo Social de la Universidad Técnica de Machala, se realizó una investigación de corte cualitativa, teniendo como unidades de investigación a los funcionarios de puestos directivos de los empleadores; y a los profesionales en ejercicio con relativa experiencia en diversas áreas del campo ocupacional. La muestra y la selección de unidades de investigación no obedece a una estimación estadística, sino más bien es criterial. Las técnicas que se utilizaron fueron: la entrevista semiestructurada, el coloquio, trabajos grupales, talleres y debates en plenarios. Tal como se asume en la investigación de enfoque cualitativo, la recolección de datos no cruza por la medición estadística y la descripción lograda no implica demostración de hipótesis. (Roberto Hernández, 2010, págs. 10-11) En tal sentido el tratamiento de la información estuvo centrado en la captura del criterio y su fundamentación descriptiva, proporcionando riqueza expresiva y a la vez precisión en la descripción de cada competencia. Ello permitió configurar las competencias, su alcance e implicaciones, incluso su formulación gramatical, que fueron luego sometidas al debate en un taller participativo con docentes y Trabajadores Sociales.

### **Resultados**

La descripción de tareas actuales de la profesión y su caracterización circunstancial, determinó la configuración y adopción de un sistema de competencias para las funciones que implica cumplir la misión de la profesión del Trabajo Social, precisamente para responder a las demandas de capacidades dirigidas a la afectación de problemas que limitan el acceso al bienestar social de individuos, grupos y colectivos. Quedó establecido que las competencias van en relación directa a las necesidades de atender el grado de complejidad y a la naturaleza de los actores que se involucran en las funciones que implica la misión profesional del Trabajo Social.

Así mismo, se llegó a consensuar que en la formulación del currículo de una Carrera, primeramente se estudia el abanico de tareas que se le exige a la profesión; y luego se aprecia la posibilidad de concretar el currículo diseñado, configurando competencias, insertándolas en la estructura curricular y estudiando formas de como adquirir cada una ellas en la praxis académica. Estableciéndose que se deben declarar competencias subordinadas para cada signatura en la elaboración del syllabus. Ello permite, como está planteado, sostener que las necesidades de acercar a los estudiantes a escenarios próximos de actuación en la ocupación profesional, requiere de un reajuste y descripción pormenorizada en la declaración de las competencias a cumplir.

### **Discusión**

#### **Validación del perfil profesional**

A partir de la conceptualización del objeto de la Carrera, se sometió a discusión grupal el perfil profesional, que partió de su caracterización primaria de ser de un perfil de competencias múltiples, resaltando las distintas dimensiones de la categoría conceptual del bienestar social, entendida bajo la cobertura teórica del desarrollo humano y la consideración de que el ser humano, en tanto niveles de bienestar, es el centro de atención y sus intereses prevalecen sobre otros elementos de la dinámica social en la planificación y ejecución de cualquier iniciativa de corte económico productivo, social, cultural y político. Tal como se plantea en los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir y en las estrategias de operacionalización de las políticas sociales. (SENPLADES, 2013, págs. 22-27)

El perfil profesional de la Carrera de Trabajo Social (Colectivo de Carrera, 2017) que se validó luego del debate en grupos de trabajo, se organiza por áreas o escenarios laborales, donde los Trabajadores Sociales desarrollan funciones y roles:

- Área de educación: El Trabajo Social forma parte del sistema educativo formal con un papel importante desempeñando un rol de: Investigador social, gerente de procesos de desarrollo social y de talento humano, con sólidos conocimientos teóricos en las ciencias sociales y en métodos y técnicas de intervención que les permita ejercer funciones de prevención, detección, de abordaje e intervención en la diversa problemática que se presentan en el área educativa. Incluye la capacidad de trabajo en equipo multidisciplinarios.
- Área de protección social: El Trabajador Social en esta área abarca múltiples espacios con una amplia visión respecto de las posibilidades de intervención, tanto en organizaciones del sector público como en el sector privado, para incidir en el mejoramiento de las condiciones de vida de los ciudadanos. Maneja un enfoque de Derechos Humanos con mirada integral de convergencia de las áreas de salud, educación, vivienda e inserción laboral. Para ello genera para sí una visión multidisciplinaria de la intervención en las problemáticas sociales que afectan el bienestar y la protección social. Al responder a una visión multidisciplinaria, el trabajo en equipo resulta ser una opción metodológica de actuación y obedece al convencimiento de que en la dinámica explicativa de los problemas se establece, sin riesgo de equivocación, que éstos son de origen multicausal; y consecuentemente, convocante de varias disciplinas para su intervención modificadora.

En esta área los Trabajadores Sociales no sólo son ejecutores u operadores, sino planificadores, asesores o ejercen un abanico de roles, situación que permite su inserción plena desempeñando los roles de: investigador Social, planificador de políticas públicas, asesor, orientador, gestor. Además trabaja en redes para la conexión interinstitucional en acciones de prevención, detección, abordaje e intervención de problemáticas de vulneración de derechos.

- Área laboral: Profesional con actitudes de pro-actividad con conocimiento en la garantía de los derechos y en la aplicación de las normativas del área laboral, tales como la estabilidad laboral, y la seguridad industrial, desempeñando el rol de mediador y conciliador entre los derechos de los empleados y del empleador. Es asesor, con comportamiento ético inclinándose preferentemente en la protección de los derechos de los trabajadores. Es requisito primario que el Trabajador Social maneja con solvencia la normativa laboral como el Código Orgánico del Trabajo y la Ley Seguridad Industrial.
- Área jurídica: El Trabajador Social interviene con solvencia en procesos del área jurídica relacionadas a diversas problemáticas como violencia intrafamiliar, violencia de género, abuso sexual. Conoce las normativas legales vigentes como: Código de la niñez y adolescencia, Ley de la violencia contra la mujer, Código Orgánico Integral Penal. Desempeña las funciones de: investigador, mediador, orientador que le permite la conexión interinstitucional para el abordaje e intervención de la situación no deseada. Incluye la actuación en peritajes de apoyo.

- Área de salud: En cada uno de los niveles de atención del sistema de salud, sean instituciones públicas o privadas: ambulatorias o de hospitalización; generales o de especialidades. Actúa de forma directa: protección e intermediador de los servicios de salud de cara al paciente, hacia la familia y hacia la comunidad; y, de forma indirecta: labor de coordinación al interior del establecimiento de salud canalizando los intereses de los pacientes; a nivel inter institucional formando parte del equipo interdisciplinario o multidisciplinario, en tareas de campañas educativas y de promoción de servicios. Considera también la posibilidad de participar en la atención y canalización de demandas del personal administrativo y de servicios, en lo relacionado a procesos de beneficios sociales de la administración del talento humano.
- Desarrollo local: Se ubica como mediador, articulador y coordinador de la política social del Estado y en los nexos de operación de las Secretarías Nacionales y Ministerios del gobierno central con los gobiernos seccionales y locales. Actúa con actitud crítica en los procesos de coordinación inter sectorial del tejido social, es decir, con todos los actores claves para el desarrollo económico, social, cultural y ambiental de un territorio determinado. Su participación se da a través de la participación activa, principal o agregada, en el diseño, ejecución, seguimiento y evaluación de planes de desarrollo territoriales sostenibles.

### **Receptividad laboral**

En el marco del sistema de competencias y las estrategias de aprendizaje, donde se articula el sistema teórico y las estrategias metodológicas con énfasis en la práctica, el profesional en Trabajo Social actúa desarrollando actividades en diversos espacios laborales (Colectivo de Carrera, 2017):

- a. Instituciones públicas, del sistema nacional, regional, provincial y local, que desarrollan misiones relacionadas al bienestar social, favoreciendo, entre otras dimensiones: la protección y seguridad social; la inclusión y equidad social; la garantía de derechos humanos y sociales fundamentales de los ciudadanos y ciudadanas, tanto en pleno ejercicio de sus beneficios o con riesgo de vulnerabilidad;
- b. Instituciones públicas del Sistema Judicial, en los procesos de estudio y diagnóstico; caracterización y seguimiento de casos de demandas de protección y restitución de derechos, apoyando acciones de seguimiento y coordinación interinstitucional;
- c. Instituciones privadas sin fines de lucro que asumen actividades de promoción y protección de derechos de niños y adolescentes, de la mujer y de la familia. O que promueven la organización comunitaria para favorecer procesos colectivos de emprendimientos con visión solidaria;
- d. Organismos internacionales o regionales que velan por la protección integral de derechos de las personas en general.
- e. Instituciones educativas para favorecer los procesos de sostenibilidad de los aprendizajes, a partir de una convivencia armoniosa en la relación intrafamiliar y con los agentes educativos institucionales.
- f. Instituciones del sistema de salud para favorecer procesos de asimilación a los servicios de salud preventiva y curativa. Apoyando en las acciones de promoción de campañas sanitarias coyunturales y permanentes.
- g. Programas y proyectos sociales, de organizaciones públicas y privadas, de cobertura nacional o local, que promueven la inclusión social en el marco de las políticas sociales afines al goce de niveles de bienestar social individual y grupales;
- h. Programas y proyectos sociales, de organizaciones públicas que auspician la asistencia social de grupos vulnerables en el marco de las políticas sociales;
- i. Ministerios o Secretarías del gobierno nacional que promueven: la integración familiar; el respeto al derecho laboral; la organización comunitaria; la inclusión social; y la práctica de valores sociales y humanos.
- j. Programas de protección de derechos de los niños y niñas respecto a la erradicación del trabajo infantil y la reinserción educativa.

- k. Programas y proyectos sociales de instituciones del Estado, gobiernos locales u organizaciones privadas sin fines de lucro que promuevan el respeto a los derechos de la naturaleza con participación comunitaria;
- l. Gobiernos autónomos descentralizados a nivel parroquial para promover la participación ciudadana en la formulación de proyectos sociales a favor de intereses colectivos y de grupos sociales diferenciados por edad y género.
- m. En organismos públicos y privados, de cobertura nacional, provincial o local, en la elaboración de diagnósticos sociales como base para la generación de políticas, planes, programas y proyectos en los que cumple funciones de planificador, asesor y ejecutor.
- n. En organismos públicos o privados de cobertura nacional o local, que realizan evaluaciones de impactos sociales de los proyectos en la esfera de la sostenibilidad de relaciones sociales entre grupos y colectivos educativos, profesionales, laborales, y las distintas áreas de la asistencia social;
- o. Organizaciones de derecho público y privado que promueven la reinserción y rehabilitación social de individuos pertenecientes a los distintos grupos de población;
- p. Unidades técnico profesionales privadas de asesoría directa a individuos, parejas y grupos familiares que buscan armonía en las relaciones sociales interpersonales en perspectiva de la integración familiar y cumplimiento de proyectos de vida;
- q. En las empresas de producción de bienes y servicio, privadas, favoreciendo las relaciones laborales y el acceso a la justicia laboral y bienestar familiar de los trabajadores;
- r. Programas de promoción social que se orientan a la práctica de procesos de integración entre ciudadanos de distinta condición social, etnia, religión y género.
- s. Programas de promoción social que promueven la organización comunitaria para favorecer procesos de participación ciudadana, en perspectiva de asimilarse a las políticas sociales de emprendimiento y fomento de la economía popular y solidaria.

### **Descripción de competencias**

Fruto de la discusión en grupos de trabajo y la presentación de conclusiones en plenaria, espacio de discusión y análisis, se llegó a la definición de competencias para la profesión. A continuación se describe en qué consiste cada competencia genérica identificada en el currículo de la Carrera de Trabajo Social. (Colectivo de Carrera, 2017). Se advierte, que el punto de partida para llegar a la identificación de la competencia y su posterior descripción, fue el análisis del perfil profesional y de la receptividad laboral, de lo cual se extrae el requerimiento de competencias que se traducen en capacidades necesarias para la ocupación profesional. La dura tarea de establecer consensos se llevó a cabo con facilitadores en cada grupo de trabajo.

### **Comprende y diferencia principios, métodos y modelos de investigación social**

La enseñanza basada en el aprendizaje demanda del estudiante, a partir de su condición de sujeto auto motivado y crítico, que desarrolle a su vez, entre otras cualidades: Obtención discriminada de información teórica de fuentes bibliográficas y de redes de información científicas; abstracción de hechos relevantes de la información oral; adopción de formas de comunicación de la información sistematizada.

Es cada vez más sentida la necesidad de pasar de la aplicación de métodos y protocolos clásicos, que enfatizan en las técnicas descriptivas, a los protocolos comprensivos y comunicacionales, a partir de técnicas cualitativas, dándole sentido a las cosas más por las diferencias o especificidades que por las generalizaciones.

Esto supone a la vez, que en términos de aprendizaje práctico, se trata de pasar de la observación sobre problemas sociales a observación en problemas. Lo primero implica investigación contemplativa desde afuera;

y lo segundo, investigación hacia dentro. Esto sin duda aporta al ejercicio crítico de la profesión.

### **Creatividad en la búsqueda de alternativas para cumplir objetivos**

Sin desconocer que partimos de generalizaciones para apreciar lo particular, que es lo que enriquece a la profesión, se acude a la capacidad innovadora para dar salida a problemas de comprensión, interpretación y formas de intervención de problemas sociales inherentes en contextos determinados, que conduce a la configuración de aproximaciones explicativas y a formas interventiva, devenidas tanto del insumo teórico y de las experiencias sobre la realidad. La creatividad si bien es una competencia personal corresponde a la academia ofrecer elementos para su potenciación. Para este propósito se debe dar la motivación necesaria para aplicar circuitos lógicos en el razonamiento, la simulación de situaciones, la evaluación del efecto pertinente en la aplicación de una condición a un objeto, la negación y superposición de respuestas, entre otras estrategias cognitivas, ayudan a la búsqueda de salidas nuevas a problemas reiterativos de la profesión en la búsqueda constante de la pertinencia de la actuación profesional.

### **Redacción de informes técnicos**

Una carencia sentida en el desempeño profesional, está relacionada a la presentación de informes técnicos, en términos de claridad y formulación de las síntesis y conclusiones, situación que se extiende a la formulación de las vías adecuadas para la reversión de problemas. Se propone el análisis de modelos preestablecidos, describiendo el alcance de cada ítem, partiendo de su utilidad para el destinatario y la relación con los objetivos y antecedentes, cuya descripción demanda claridad, coherencia y caracterización de la realidad en observación. Esta competencia se fortalece con el ámbito conceptual de la naturaleza, estructura y normas técnicas de redacción, en la que incluye pautas éticas de actuación. Si bien esta es una destreza que se adquiere con el tiempo, la academia debe de dedicarle esfuerzo para incentivar su aprendizaje hasta lograr solvencia. Un buen informe dice de la calidad de los procesos desarrollados y de la formación del profesional.

### **Escucha activa**

Esta competencia pertenece al ámbito personal, sin embargo debe ser orientada o fortalecida a partir de la socialización de normas de comunicación asertiva y pautas de la conversación positiva entre interlocutores ya sea entre actores involucrados o pertenecientes a equipos interdisciplinarios. Esto favorece a la posibilidad de llegar a la abstracción de hechos relevantes de la información oral.

### **Trabajo en equipo**

Por el origen multicausal de los problemas sociales que atiende la profesión, el Trabajador Social es parte de equipos profesionales multidisciplinarios, ya que siendo multicausal su origen, la intervención tendría así mismo el carácter de multidisciplinario, según los aspectos al que pertenecen las causas. En tal sentido, se exige una competencia personal actitudinal, de saber estar, a partir de la comprensión de la naturaleza del objeto y ámbito de cada profesión inmersa en el análisis y reversión del problema. Las limitaciones o éxitos que logreen la actuación en equipos, dependerá además de la facilidad de dialogo y solvencia en manejos de técnicas de controversias y consensos en opinión. Así mismo, esta competencia demanda de tener y practicar una comunicación asertiva.

### **Manejo y mediación de conflictos**

En el ámbito de la relaciones sociales interpersonales y grupales le corresponde al Trabajador Social , intervenir en las situaciones sociales de malestar que viven individuos, familias, grupos, organizaciones y comunidades, donde la coexistencia ha entrado en crisis, en tanto los roles no se cumplen o se yuxtaponen, para lo cual el



Trabajador Social se inmersa en tales situaciones como un agente de mediación, conciliando intereses a partir del reconocimiento de la situación y caracterización del problema; revalorizando a la persona en su naturaleza social y cultural; e inscribiéndolas en una estrategia educativa de convivencia social a partir del reconocimiento mutuo de derechos y obligaciones. Para este propósito de actuación al Trabajador Social le es válido su capacidad de abstracción de la situación, apreciar anticipar la orientación de los intereses, las debilidades y fortalezas de los actores, el nivel de escolaridad y el manejo de emociones de los actores en conflicto. Conocer incluso vocabularios y acepciones para apreciar la dimensión de la situación problemática y para la comunicación con las partes. El poder de persuasión y la capacidad de transmitir la configuración de situaciones futuras para las partes, le va a ser de buena utilidad para recuperar la armonía en las relaciones de los confrontados. Así mismo, esta competencia se fortalece si se nutre de la adopción de estrategias para desarrollar una comunicación asertiva, convincente y una actitud tolerante y proactiva.

### **Participa en la formulación de las Políticas Sociales**

El bienestar social es una categoría conceptual del aspecto social del conjunto de la sociedad, entre las disciplinas a fines a su explicación, desarrollo e intervención con fines de transformación, está el Trabajo Social, en tal sentido, le compete al profesional en esta disciplina, expresar sus criterios sobre los énfasis de atención y promoción que debe considerarse en las políticas sociales; y más específicamente a nivel de políticas institucionales a favor de procesos en los ámbitos que comprende su objeto real de ocupación. Si el Trabajador Social es en definitiva el profesional inmerso en la operacionalización de políticas sociales, le corresponde, y serán de mucha utilidad sus criterios en la formulación de políticas sociales no solo como complementariedad sino con argumentación central al reconocerse que el destinatario de las políticas son los individuos, grupos, colectivos y comunidad. Participar en la formulación de políticas sociales, es un espacio a defender.

### **Contribuye a la formación de ciudadanía activa mediante el empoderamiento y la garantía de los derechos sociales**

Una dimensión ocupacional del Trabajador Social, muchas veces ignoradas, es la promoción de la ciudadanía hacia el protagonismo crítico en las iniciativas de reversión de problemas hacia situaciones de bienestar social a niveles satisfactorios. La participación de la ciudadanía, tanto en la pertinencia de resolución de lo que afecta, como en cobertura y sostenibilidad, es de vital importancia para los niveles de éxitos de las políticas, programas y proyectos sociales. Muchos de estos elementos para el desarrollo han fracasado por no tomar en cuenta la idiosincrasia de la población beneficiaria y la estimulación de los resortes de participación. En tal sentido, debe procurarse que el estudiante tenga desde las aulas y jornadas de práctica, una aproximación a los hechos en los que la ciudadanía logre empoderamientos en los procesos para sí. El conocimiento de políticas y alcances de programas y proyectos le resultarán útil al Trabajador Social, en su labor educativa y de promoción política de participación ciudadana.

### **Planea, programa, coordina, administra y evalúa estrategias de intervención**

Los insumos teóricos y metodológicos de planificación social operacional, a partir de la explicación causal y descripción de problemas sociales, resultan de gran utilidad para dar respuesta a los problemas y necesidades de la población, promoviendo la participación de los grupos involucrados en la situación y/o campo problemático a abordar, a partir de la formulación de planes, programas y proyectos de interés social, amplio o restringido. Mereciendo destacarse la necesidad de profundizar la evaluación de los actores en términos de intereses, liderazgo, peso político y estrategias de cooperación o conflicto. Se adiciona al propósito de apalancar esta competencia, los contenidos de gestión y evaluación de proyectos sociales.

### **Formula y desarrolla estrategias para el conocimiento, análisis y evaluación de la intervención en la realidad social**

Esta competencia que está relacionada al saber hacer, consistió en la pre configuración de cómo se puede lograr un determinado producto en la intervención a problemas de la realidad social vinculada al objeto de transformación de la Carrera en sus ámbitos específicos de actuación, movilizandolos recursos personales (conocimientos, actitudes y destrezas). La simulación de resultados previsible, con apoyo de las metodologías específicas del Trabajo Social, sirve para la concreción de esta competencia, puesto que es necesario definir los procedimientos a emplearse, previa evaluación de su pertinencia en función de la complejidad temática o caracterización de actores sociales involucrados. Bajo la consideración de que toda estrategia aplicada, debe ser evaluada, el Trabajador Social tendrá en cuenta los insumos y circunstancias de su aplicación, como soporte de calificación de los criterios y estándares de evaluación de logros.

### **Elabora diagnósticos sociales**

Conoce los procesos básicos de la investigación social y la pertinencia de sus técnicas, mismos que aplica a situaciones definidas en contextos específicos, utilizando para su diagnóstico el estudio de variables que permitan la construcción de explicaciones, que las describe según los propósitos de la investigación y las características del destinatario. La calidad del diagnóstico y el carácter técnico del informe, facilita la adopción de estrategias de intervención profesional en diferentes ámbitos sociales, relacionadas a demandas de la población civil abordadas, requeridos por personas, instituciones públicas y privadas. De la calidad del diagnóstico depende la pertinencia de las intervenciones. (Colectivo de Carrera, 2016)

### **La práctica como estrategia de aprendizaje y fortalecimiento de las competencias**

La discusión grupal sirvió para resaltar la necesidad de cómo se adquieren las competencias y más allá de eso, de cómo se consolida e internalizan a través del proceso académico del aprendizaje. El colectivo docente en acción reflexiva sobre su práctica concluye que es en el ejercicio práctico de la profesión, donde se visibilizan las competencias, por tal razón su énfasis en la estructura de la carga horaria global. En efecto, la naturaleza de la función fundamental de la universidad es la formación de recursos humanos profesionales, actividad de por sí delicada, ya que se trata de la naturaleza humana, de la modelación de un sujeto inmerso con alto grado de compromiso en un proceso de aprendizaje, aquí ocurren pautas invisibles de internalización de un sistema de competencias, cuya visibilidad solo se aprecia en el ejercicio profesional. Las capacidades generadas por el sistema de competencias a su vez dan validación a la pertinencia de los modelos educativos y sus procesos curriculares.

Así mismo, las competencias están presentes en la construcción de respuesta a la demanda de explicación y actuación en un espacio laboral del contexto, o sea mediante la realización de tareas en el campo real, al amparo de un sistema teórico conceptual de referencia. En tal sentido, en el campo de las prácticas, el docente con los estudiantes debe determinar el propósito de la práctica, definiendo el objeto y el objetivo de la práctica., y muy particularmente, reconocer a que competencias debe favorecer en términos de adquisición o fortalecimiento La práctica da sentido a los conceptos referenciales y los potencia al grado de significado al encontrar sentido de la práctica inmersa en la naturaleza de la misión de la profesión. , lo que implica a su vez, acercar a los estudiantes a contextos próximos de actuación, de ahí que las competencias deben estar lo suficiente definidas y los docentes empoderarse de ellas.

En tal sentido para favorecer a determinadas competencias, la práctica debe ser sistemática, gradual, con prerrequisitos, y no como un aterrizaje forzoso en la realidad del objeto de estudio y transformación de la

Carrera, por tal razón se recomienda la simulación previa de hechos en el ámbito de los contenidos temáticos o aspectos, considerando la misión y visión de cada organización, colectivo, grupo o comunidad. Cuando se trate de colectivos, grupos o comunidad, el respeto al sistema de normas, creencias y valores es una exigencia, favoreciendo a las competencias básicas personales.

Lo señalado se inscriben en el enfoque constructivista que en esencia plantea que el conocimiento se va desarrollando en los procesos mentales del individuo como consecuencia de la influencia de un entorno macro social con sus elementos constitutivos en la esfera de lo económico, cultural e histórico. El estudiante recibe, procesa información de distintas fuentes e interactúa dinámicamente con el entorno. Su par, el docente, guía esa internalización del conocimiento, contextualiza, ayuda a cuestionar y comparte la elaboración de conclusiones pertinentes. (Soler, 2008, págs. 14-18) Este par al actuar como tal, está participando de procesos de adquisición e internalización de competencias, como resultado de las estrategias metodológicas de concreción del currículo de la Carrera a nivel de la unidad básica del micro currículo, la clase; y como tal constante en el syllabus de la asignatura. Esto alertó a los docentes participantes de los grupos de trabajo, que concluyeron que la adquisición de las competencias al ser parte de la planificación curricular, puede ser monitoreada y evaluadas en proceso.

Entonces, como reflexión colectiva se puede afirmar que las competencias tienen vínculos estrechos con el micro currículo, lo guían y lo condicionan hacia la construcción de capacidades, a través de competencias en formación, mediante el cumplimiento de las fases del aprendizaje de aquellas que nos plantea David Kolb, y que en sí, es el que se utiliza en la cotidianidad de los procesos didácticos de aula en la Carrera de Trabajo Social, particularmente la fase relacionada a la aplicación del conocimiento. Según el mencionado autor el ciclo de aprendizaje se cumple en cuatro momentos de alternancia secuencial, atendiendo a la naturaleza temática y dinámica de los actores del proceso docente. El propone la existencia de cuatro momentos integrados en un solo proceso: la experiencia; la reflexión; la abstracción; y la aplicación. (Fernández, 2014, pág. 1)

- La experiencia hace relación a la motivación del docente para que el estudiante evoque en su banco experiencial algún grado de conocimiento sobre hechos concretos vividos o referenciados, sobre los cuales realizará ejercicio descriptivo. Este ejercicio conecta o engancha al estudiante sobre el tema o aspecto de la práctica y comienza la construcción del aprendizaje sobre una base que ya tiene;
- La reflexión hace referencia al proceso mental de comprensión o entendimiento de manera general, de acuerdo a su grado de madurez cognitivo, del tema o aspecto que investiga a través del proceso de práctica;
- La abstracción, por su parte se refiere a la posibilidad de establecer síntesis, dejando a un lado los elementos irrelevantes, sin perder la naturaleza significativa del aspecto motivo de aprendizaje, favoreciendo el pensamiento conceptual, al poder realizar análisis de teorías y conceptos, apreciar hechos y situaciones; y
- La aplicación, se relaciona a la acción de síntesis de procesos cuando el sistema de conceptos, el proceso y pautas aprendidas, son aplicados a hechos o situaciones concretos, capaz de iniciar nuevas y propias exploraciones.

Siendo una investigación de corte cualitativo, es posible que se argumente la existencia de algún grado de subjetividad, sin embargo la naturaleza de los actores que participaron en el proceso, dan la confianza de validez del producto logrado, en tanto su producto fue sometido a un debate activo y de alta participación, y es más, fue aceptado por la comisión técnica de evaluación de currículo del Consejo de Educación Superior, en el proceso de regularización de Carreras.

Apreciamos el producto de este trabajo, que nos permitió involucrarnos en una fase de la función docente como es la planificación curricular, y que al ser partícipe de los procesos cotidianos de aula, nuestra práctica docente adquiere su dimensión real y nos compromete con la tarea de construcción de las competencias diseñadas, en

una estrategia de aproximar cada vez más a la actuación real de la profesión de Trabajo Social, que en definitiva, constituye el significado de este trabajo investigativo.

### **Conclusión**

Las competencias demandadas configuran el perfil profesional, éste se alimenta de aquellas, las define y las configura en expresiones gramaticales, luego las clasifica y las inserta en el plan curricular, constituyéndose en el referente para la actuación cotidiana del docente. Todas las competencias básicas: técnicas, metodológicas, participativa y personal, una vez definido sus contenidos, alcance e implicaciones, se articulan para favorecer la formación de capacidades necesarias y socialmente demandadas a la profesión. La vigencia de las competencias en el currículo está en relación directa a la metamorfosis de las tareas que el medio externo le exige a la profesión, siendo de esta manera un proceso constante de retroalimentación en función de la pertinencia en la sociedad y en perspectiva de formar a los futuros profesionales en Trabajo Social en escenarios reales de actuación.

Existe una correspondencia intrínseca entre el perfil profesional de la Carrera y la descripción pormenorizada de competencias como núcleo referencial de los procesos docentes. Así mismo, la influencia es biunívoca entre elementos del conjunto Perfil Profesional y elementos del conjunto Sistema de Competencias, esto no niegue la posibilidad de complementariedad entre las competencias, precisamente para la configuración de capacidades que el producto profesional debe cumplir en escenarios laborales.

### **Agradecimientos.**

Especial gratitud al colectivo docente de la Carrera de Trabajo Social de la Universidad Técnica de Machala; al Colegio Provincial de Trabajadores Sociales de El Oro; al Departamento de Vinculación y Prácticas pre profesionales de la Universidad Técnica de Machala; a la Comisión Técnica de Currículo del Consejo de Educación Superior; y, a las autoridades de la Unidad Académica de Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Machala.

### **Referencia bibliográfica**

- Colectivo de Carrera. (2016). Informe Talleres de rediseño Curricular de la Carrera de Trabajo Social. Machala: Documento Interno.
- Colectivo de Carrera. (2017). Currículo de la Carrera de Trabajo Social. Machala: UTMACH.
- Fernández, D. (10 de julio de 2014). Los estilos de aprendizaje de David Kolb. Obtenido de Educación 4.0: <https://educacioncuatropuntocero.wordpress.com/2014/06/10/los-estilos-de-aprendizaje-de-david-kolb/2>
- Roberto Hernández, C. F. (2010). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- SENPLADES. (2013). Plan Nacional del Buen vivir 2013 - 2017. Quito.: SENPLADES.
- Soler, E. (2008). Constructivismo, innovación y enseñanza. Caracas: Equinoccio.
- Yániz, C. (2008). Las competencias en el currículo universitario; implicaciones para la formación del profesional. Obtenido de <http://sitios.itesm.mx/va/dide/recursos/docs/competenciacurriculo.pdf>

# Modelo de creatividad STIM11 para el desarrollo de productos innovadores bajo el enfoque difuso

**Kléber Luna Altamirano**

Universidad Católica de Cuenca  
klunaa@ucacue.edu.ec

**William Sarmiento Espinoza**

Universidad Católica de Cuenca  
wsarmiento@ucacue.edu.ec

**Diego Cisneros Quintanilla**

Universidad Católica de Cuenca  
dcisneros@ucacue.edu.ec

## Resumen

El mercado actual está caracterizado por una alta volatilidad no solamente de los precios, sino de otros elementos que conforman la demanda, como lo constituye los gustos y preferencias del cliente. La realidad económica-financiera de las empresas no escapa a esta situación, caracterizada por viejas rutinas adquiridas en la fabricación de productos, que repercuten en forma directa, en mayor o menor medida, a la actividad comercial de cada empresa, en los actuales momentos surge la urgente necesidad de lanzar nuevos productos que capten la atención de los clientes y que reúnan las características necesarias que demanda el mercado. A modo de metodología, se presente investigación se basa en la creación e implementación de un nuevo modelo denominado STIM11, que considere todos los posibles factores de creatividad para el diseño e innovación de un nuevo modelo de calzado para caballero, con elevados niveles de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes y generen valor agregado. Este modelo se construye utilizando las técnicas de la lógica difusa, para atrapar la información suministrada por un conjunto de expertos permitiendo capturar las necesidades reales del consumidor y generar mayor posicionamiento en el mercado, la aplicación de esta herramienta de avanzada se explicará detenidamente en el desarrollo de este artículo.

**Palabras claves:** Calzado, enfoque difuso, modelo de creatividad, STIM11.

## Abstract

The current market is characterized by a high volatility not only of prices, but of other elements that conform the demand, as constituted by the tastes and preferences of the customer. The economic-financial reality of companies does not escape this situation, characterized by old routines acquired in the manufacture of products, which directly affect, to a greater or lesser extent, the commercial activity of each company, at the present moment arises The urgent need to launch new products that capture the attention of customers and that meet the necessary characteristics demanded by the market. As a methodology, this research is based on the creation and implementation of a new model called STIM11, which considers all possible factors of creativity for the design and innovation of a new model of footwear for men, with high levels of quality that Meet the needs of customers and generate added value. This model is built using the techniques of fuzzy logic, to trap the information provided by a set of experts allowing to capture the real needs of the consumer and generate greater market positioning, the application of this advanced tool will be explained in detail in the development of this article.

**Keywords:** Footwear, diffuse approach, creativity model, STIM11.

## Introducción

La realidad de los productores de calzado es la de confeccionar zapatos utilizando materiales sintéticos de menor calidad que el habitual cuero, cuyo mercado está abastecido por grandes proveedores nacionales como extranjeros, en lo que respecta a este tipo de material cuya procedencia es de Colombia y otros de China y en una menor cantidad materiales producidos en Ecuador. La mayor parte de artesanos en la rama de calzado, utilizan su creatividad para diseñar modelos de calzado a ser introducido en el mercado local y nacional, trazan el dibujo del bien con la ayuda del internet donde averiguan diseños de otros sectores o mercados para ajustar al producto a ser ofertado su mercado, el problema se deriva del conocimiento limitado sobre nuevas herramientas de creatividad para diseñar un calzado que cumpla con los deseos y expectativas de los potenciales clientes.

El objetivo de la presente investigación es la utilización de herramientas de creatividad y avanzada como el STIM11 (Modelística inteligente para tecnología y simulación), con el aporte de la lógica difusa (fuzzy-set) para el diseño de un calzado para caballero, el cual contará con la contribución del conocimiento de los expertos en la fabricación de este tipo de producto.

El presente artículo trata sobre la utilización de herramientas de avanzada, aplicando un método novedoso basado en técnicas de avanzada como el expertizaje y contraexpertizaje promovido por Kaufmann y Gil Aluja (1989), y con la ayuda de la creatividad que según De Bono (1996), indica que la creatividad desempeña un papel importante en la construcción de alternativas de solución, pues si no hay creatividad entonces sólo es posible usar conceptos estandarizados que pueden no ser la mejor alternativa para las empresas. Con la ayuda del STIM 11 (once variables) que consiste en un programa de estimulación inventiva basado en bisociaciones, trisociaciones.... y que fue creado por el profesor André Jones de la Universidad de Lovaina en 1975.

Para este nuevo diseño de calzado se deberá considerar todos los posibles factores para la utilización de estas herramientas de creatividad con el propósito de fabricar productos novedosos con altos niveles de calidad que cumpla con las expectativas de los clientes y genere valor agregado al potencial cliente, este modelo indica los pasos que deben seguirse para la creatividad e innovación de un nuevo producto, De la Torre (1997) y Gupta (2012) manifiestan que la innovación sólo es posible si se tiene como aliada la creatividad; en cambio para el De la Torre (2007) las ideas creativas se convierten en innovación cuando sirven para algo; Zavala (2012) induce a profundidad y manifiesta para que un bien nuevo sea considerado como una innovación deberá ser aceptado por el mercado.

## Estado del arte

En lo referente a creatividad. Robbins y Judge (2009), creen que es la capacidad para combinar ideas nuevas y útiles, distintas a lo que se ha hecho antes, pero que sirvan para resolver los problemas que se presentan. Gámez (1998), admite a la creatividad como la capacidad de crear, producir, formar, dar nacimiento, dar origen o representar por primera vez. Clegg y Birch (2001) respaldan esta afirmación que, sin creatividad, pocas empresas en la actualidad podrían mantenerse en el mercado ya que el nombre del juego es "cambio". Para el De la Torre (1997) la creatividad es un bien social ya que ayuda al desarrollo del individuo en lo humano, científico y cultural. Lafuente (1995) presenta un instrumento que se conoce con el nombre de "círculo de creatividad", su finalidad es conseguir un dinamismo creativo en el seno de las instituciones financieras sin el cual no se pueden mantener los niveles necesarios de competitividad que los sistemas económicos actuales exigen. Gómez, Rodríguez y Guaita (2010) desarrollan un método de análisis por indicadores para evaluar la gestión del conocimiento en empresas manufactureras, donde describen cuatro etapas: crecimiento del conocimiento,

desarrollo de los procesos del conocimiento, aporte de la gestión del conocimiento al cliente e impacto de la gestión del conocimiento en la rentabilidad, cuyo objetivo es medir las variables asociadas al conocimiento organizacional, con la finalidad de explicar su contribución en la organización. Barroso (2012) en su investigación factores y razones para desarrollar la creatividad en las empresas, manifiesta que la creatividad y la Innovación en empresas constructoras es necesario para subsistir en un entorno cada vez más competitivo y global, por consiguiente, pretende verificar la pertinencia de la aplicación de los conceptos de la creatividad en las empresas constructoras, determinar los beneficios de la creatividad y sugerir acciones para fomentarla.

Con relación al empleo de herramientas de avanzada y creatividad algunos autores presentan sus metodologías como Kaufmann y Gil(1989) en la Teoría de los efectos olvidados; Rico, Marco y Tinto (2010) Herramientas con base en subconjuntos borrosos. Propuesta procedimental para aplicar expertizaje y recuperar efectos olvidados en la información contable; Lafuente (1997) en su obra “Marketing para el nuevo milenio” donde explica a nivel de ejemplo el funcionamiento de un grupo de creatividad con la aplicación del STIM 5; Rico y Tinto (2008). Matemática borrosa como parte de la lógica difusa; Luna, Tinto, Sarmiento y Cisneros (2017). Tratamiento de impagos bajo el enfoque de la incertidumbre con la aplicación de redes neuronales (caso artesanos de calzado cantón Gualaceo Provincia del Azuay).

### Metodología

Se procede a la aplicación del STIM11, con los datos obtenidos de los diferentes almacenes de materia prima para la fabricación de calzado, se describe cada uno de los pasos para la aplicación de esta herramienta de avanzada bajo el enfoque difuso, con el propósito de diseñar un modelo novedoso de calzado para caballero, el cual que se demuestra a continuación:

#### a) Se establece una morfología

Se agrupa a las variables con todos los tipos de materiales esenciales para la fabricación del calzado en alusión, formando conjuntos, mismo que se describe de la siguiente manera:

##### *Forma de la planta*

- A<sub>1</sub>: Planta de suela
- A<sub>2</sub>: Planta de crepe
- A<sub>3</sub>: Planta de espanso
- A<sub>4</sub>: Planta de poliuretano

Conjunto formador A = {A<sub>1</sub>, A<sub>2</sub>, A<sub>3</sub>, A<sub>4</sub>}

##### *Forro*

- B<sub>1</sub>: Eva
- B<sub>2</sub>: Textil
- B<sub>3</sub>: Sintético con espuma
- B<sub>4</sub>: Sintético con poliuretano
- B<sub>5</sub>: Tafiote

Conjunto formador B = {B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, B<sub>3</sub>, B<sub>4</sub>, B<sub>5</sub>}

##### *Material para el corte*

- C<sub>1</sub>: Cuero Natural
- C<sub>2</sub>: Cuero Prensado
- C<sub>3</sub>: Sintético scod (Tipo cuero)
- C<sub>4</sub>: Cuero con estampados
- C<sub>5</sub>: Cuero Gamuza
- C<sub>6</sub>: Cuero Charolado

Conjunto formador C = {C<sub>1</sub>, C<sub>2</sub>, C<sub>3</sub>, C<sub>4</sub>, C<sub>5</sub>, C<sub>6</sub>}

*Color*

- D<sub>1</sub>: Negro natural
- D<sub>2</sub>: Negro charol
- D<sub>3</sub>: Café oscuro
- D<sub>4</sub>: Café claro
- D<sub>5</sub>: Vino
- D<sub>6</sub>: Blanco
- D<sub>7</sub>: Azul
- D<sub>8</sub>: Combinado

Conjunto formador D = {D<sub>1</sub>, D<sub>2</sub>, D<sub>3</sub>, D<sub>4</sub>, D<sub>5</sub>, D<sub>6</sub>, D<sub>7</sub>, D<sub>8</sub>}

*Contrafuertes*

- E<sub>1</sub>: Suela
- E<sub>2</sub>: Termoadherible
- E<sub>3</sub>: Indulite
- E<sub>4</sub>: Oropal
- E<sub>5</sub>: Entretela

Conjunto formador E = {E<sub>1</sub>, E<sub>2</sub>, E<sub>3</sub>, E<sub>4</sub>, E<sub>5</sub>}

*Taco*

- F<sub>1</sub>: Taco de 2 filas
- F<sub>2</sub>: Taco de 3 filas
- F<sub>3</sub>: Taco de 4 filas

Conjunto formador F = {F<sub>1</sub>, F<sub>2</sub>, F<sub>3</sub>, F<sub>4</sub>, F<sub>5</sub>}

*Diseño*

- G<sub>1</sub>: Cordón con tres ojales
- G<sub>2</sub>: Cordón con cuatro ojales
- G<sub>3</sub>: Cordón con cinco ojales
- G<sub>4</sub>: Mocasín con dos elásticos vistos



- G<sub>5</sub>: Mocasín con elástico perdido  
G<sub>6</sub>: Mocasín con correa

Conjunto formador G = {G<sub>1</sub>, G<sub>2</sub>, G<sub>3</sub>, G<sub>4</sub>, G<sub>5</sub>, G<sub>6</sub>}

*Diseño de la capellada*

- H<sub>1</sub>: Llano  
H<sub>2</sub>: Con puntera  
H<sub>3</sub>: Con puntera calado  
H<sub>4</sub>: Con puntera sobrepuesto  
H<sub>5</sub>: Con puntera estampada

Conjunto formador H = {H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub>, H<sub>4</sub>, H<sub>5</sub>}

*Diseño de la punta*

- I<sub>1</sub>: Cuadrada  
I<sub>2</sub>: Fina  
I<sub>3</sub>: Redonda  
I<sub>4</sub>: Ancha  
I<sub>5</sub>: Cuadrada y atachada

Conjunto formador I = {I<sub>1</sub>, I<sub>2</sub>, I<sub>3</sub>, I<sub>4</sub>, I<sub>5</sub>}

*Diseño de la planta*

- J<sub>1</sub>: Una suela  
J<sub>2</sub>: Una suela redonda  
J<sub>3</sub>: Con cerquillo  
J<sub>4</sub>: Con cerquillo estampado  
J<sub>5</sub>: Con cerquillo cosido

Conjunto formador J = {J<sub>1</sub>, J<sub>2</sub>, J<sub>3</sub>, J<sub>4</sub>, J<sub>5</sub>}

*Color de la planta*

- K<sub>1</sub>: Negro  
K<sub>2</sub>: Café  
K<sub>3</sub>: Blanco  
K<sub>4</sub>: Mostaza  
K<sub>5</sub>: Mixto

Conjunto formador K = {K<sub>1</sub>, K<sub>2</sub>, K<sub>3</sub>, K<sub>4</sub>, K<sub>5</sub>}

**b) Extracción aleatoria**

Con la utilización un sistema digital equiprobable, se saca al azar un componente de cada conjunto formador asignadas por la letra “A” hasta “K”, el resultado se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 1** Extracción aleatoria de un elemento de cada conjunto formador

A	Forma de la planta	A <sub>1</sub>	Planta de suela
B	Forros	B <sub>5</sub>	Tafilete
C	Material para el corte	C <sub>1</sub>	Cuero natural
D	Color	D <sub>4</sub>	Café claro
E	Contrafuertes	E <sub>1</sub>	Suela
F	Taco	F <sub>2</sub>	Taco de 3 filas
G	Diseño	G <sub>2</sub>	Cordón con cuatro ojales
H	Diseño de la capellada	H <sub>2</sub>	Con puntera
I	Diseño de la punta	I <sub>3</sub>	Redonda
J	Diseño de la planta	J <sub>3</sub>	Con cerquillo
K	Color de la planta	K <sub>1</sub>	Negro

**Fuente:** Elaboración propia

Una vez establecida la morfología, se cuenta con los elementos que estaría compuesto un par de calzado para caballero, es decir la planta de suela, el forro de tafilete, el corte con cuero natural, a así los demás materiales que forman parte de este novedoso zapato; se debe tener presente que el número total de combinaciones pueden ser:  $4 \times 5 \times 6 \times 8 \times 5 \times 3 \times 6 \times 5 \times 5 \times 5 \times 5 = 54'000.000$ , en este estudio se indica únicamente una de las combinaciones posibles.

### c) Evaluación por pares según escala endecadaria

Se consulta a los fabricantes de este tipo de calzado aplicando la escala endecadaria utilizada en la lógica difusa en el conjunto  $[0, 1]$ . Kaufmann y Gil Aluja (1989) manifiestan: “La introducción de una valuación matizada entre 0 y 1 permite hacer intervenir niveles de verdad en la noción de incidencia. (...) Valores de 0 a 1 (la llamada valuación endecadaria)” (p. 26). Esta escala se presenta en la tabla 2.

**Tabla 2** Escala endecadaria

Grado de presunción $\alpha$	Incidencia
0	Incoherente
0,1	Prácticamente incoherente
0,2	Casi incoherente
0,3	Bastante incoherente
0,4	Más incoherente que coherente
0,5	Ni coherente ni incoherente
0,6	Más coherente que incoherente
0,7	Bastante coherente
0,8	Casi coherente
0,9	Prácticamente coherente
1	Coherente

**Fuente:** Elaboración propia

### d) Opinión del grupo de expertos

Se forman bisociaciones partiendo de la tabla 1, donde la primera variable  $A_1$  Planta de suela se bisocia con las demás variables en su orden, en donde los 10 expertos productores de calzado para hombre, consignarán un valor de la escala endecadaria para luego aplicar la herramienta del expertizaje con el propósito de reducir la incertidumbre, llegando a obtener un solo valor para cada una de las bisociaciones.

**Tabla 3.** Primera clase de bisociaciones

Bisociaciones			Valor	
Planta de suela	$A_1$	$B_5$	Tafilete	0,6
	$A_1$	$C_1$	Cuero natural	0,9
	$A_1$	$D_4$	Café claro	1
	$A_1$	$E_1$	Suela	1
	$A_1$	$F_2$	Taco de 3 filas	0,8
	$A_1$	$G_2$	Cordón con cuatro ojales	0,5
	$A_1$	$H_2$	Con puntera	0,5
	$A_1$	$I_3$	Redonda	0,8
	$A_1$	$J_3$	Con cerquillo	0,9
	$A_1$	$K_1$	Negro	1

**Fuente:** Elaboración propia

La segunda generación de forma con la segunda variable  $B_5$  Tafilete, se bisocia con todas las demás en el mismo orden, sin considerar la primera variable que ya fue apreciada, lo enunciado se detalla en la tabla 4.

**Tabla 4.** Segunda clase de bisociaciones

Bisociaciones			Valor	
Tafilete	$B_5$	$C_1$	Cuero natural	1
	$B_5$	$D_4$	Café claro	1
	$B_5$	$E_1$	Suela	0,9
	$B_5$	$F_2$	Taco de 3 filas	0,7
	$B_5$	$G_2$	Cordón con cuatro ojales	0,5
	$B_5$	$H_2$	Con puntera	0,8
	$B_5$	$I_3$	Redonda	0,7
	$B_5$	$J_3$	Con cerquillo	0,6
	$B_5$	$K_1$	Negro	0,5

**Fuente:** Elaboración propia

Se considera la tercera variable  $C_1$  Cuero natural, la cual se bisocia con las demás variables en el mismo orden de presentación, de la siguiente manera:

**Tabla 5.** Tercera clase de bisociaciones

Bisociaciones			Valor	
Cuero natural	C <sub>1</sub>	D <sub>4</sub>	Café claro	1
	C <sub>1</sub>	E <sub>1</sub>	Suela	0,9
	C <sub>1</sub>	F <sub>2</sub>	Taco de 3 filas	0,6
	C <sub>1</sub>	G <sub>2</sub>	Cordón con cuatro ojales	0,5
	C <sub>1</sub>	H <sub>2</sub>	Con puntera	0,7
	C <sub>1</sub>	I <sub>3</sub>	Redonda	0,8
	C <sub>1</sub>	J <sub>3</sub>	Con cerquillo	0,8
	C <sub>1</sub>	K <sub>1</sub>	Negro	1

**Fuente:** Elaboración propia

Análogamente se estructura las demás bisociaciones, hasta conformar la última bisociación entre las variables J<sub>3</sub> diseño de la planta con cerquillo y K<sub>1</sub> color negro. Como se cuenta con la información de 10 expertos, se aplica la herramienta del expertizaje, Luna et al (2017) definen como el proceso de consulta a un grupo determinado de expertos en relación a un tema definido, con el propósito de acotar la incertidumbre. A modo de ejemplo se indica la opinión de los cinco primeros expertos fabricantes de calzado para caballero, los cuales opinaron en base a la escala endecadaria presentada en la tabla 2, sobre la coherencia entre A<sub>1</sub> planta de suela con B<sub>5</sub> tafilete, cuyas respuestas son las siguientes:

**Tabla 6.** Opinión de los expertos

Nº Expertos	Respuesta
Experto 1	0,4
Experto 2	0,5
Experto 3	0,8
Experto 4	0,0
Experto 5	0,4

**Fuente:** Elaboración propia

En este ejemplo se observa que 0,4 se repite dos veces, 0,5 y 0,8 se repite una vez. Para su registro se toma en consideración el número total de veces que se repiten en la escala endecadaria las opiniones de los 10 expertos, relacionado únicamente a la primera bisociación. Normalizar la serie es el siguiente paso, consiste en dividir los valores de frecuencia entre cada grado de presunción de la escala endecadaria para el número de expertos (10), así el valor  $3 \div 10 = 0,30$ ;  $2 \div 10 = 0,20$  así sucesivamente. Normalizar la frecuencia, consiste en acumular los valores desde el final de la serie y se detiene hasta que se obtiene el valor de la unidad, de ahí en adelante todos los valores serán uno. Para finalizar se realiza la sumatoria de la acumulación de frecuencias, sin considerar el grado de presunción  $\alpha$  igual a cero, lo enunciado se explica en la siguiente tabla.

**Tabla 7.** Serie normalizada y acumulación de frecuencias

Grado de presunción $\alpha$	Frecuencia	Normalización de la frecuencia	Acumulación de frecuencias
0	0	0,00	1
0,1	0	0,00	1
0,2	0	0,00	1
0,3	0	0,00	1
0,4	3	0,30	1
0,5	2	0,20	0,70
0,6	2	0,20	0,50
0,7	0	0,00	0,30
0,8	1	0,10	0,30
0,9	1	0,10	0,20
1	1	0,10	0,10
TOTAL	10	1	6,10

Fuente: Elaboración propia

El valor de la sumatoria se tiene que dividir entre 10 considerado el número de factores que forman el grado de presunción desde 0,1 hasta 1, cuyo resultado es igual a  $6,10 \div 10 = 0,61$  llamado expertón. El valor de 0,61, representa la opinión agregada de los 10 expertos respecto a la opinión de A<sub>1</sub>Planta de suela y B<sub>5</sub>Tafilete, la valuación entre las mismas variables siempre será la unidad. Este procedimiento es igual para el resto de bisociaciones, dando como resultado tres matrices denominando como “X” (tabla 8) que recoge las opiniones de los expertos para cada una de las bisociaciones; la matriz “Y” (tabla 9) que se refiere a los valores para  $\alpha \geq 0,9$  y la matriz “Z” (tabla 10) que contiene valores  $\alpha \geq 0,8$ ; de esta manera se podría encontrar más matrices con  $\alpha$  menores a 0,8, para este caso se considera las mencionadas.

Tabla 8. Opinión de expertos

X	A <sub>1</sub>	B <sub>5</sub>	C <sub>1</sub>	D <sub>4</sub>	E <sub>1</sub>	F <sub>2</sub>	G <sub>2</sub>	H <sub>2</sub>	I <sub>3</sub>	J <sub>3</sub>	K <sub>1</sub>
A <sub>1</sub>	1	0,6	0,9	1	1	0,8	0,5	0,5	0,8	0,9	1
B <sub>5</sub>		1	1	1	0,9	0,7	0,5	0,8	0,7	0,6	0,5
C <sub>1</sub>			1	1	0,9	0,6	0,5	0,7	0,8	0,8	1
D <sub>4</sub>	S			1	1	0,8	0,6	0,8	0,8	0,9	1
E <sub>1</sub>		I			1	1	0,6	0,9	0,9	0,9	0,6
F <sub>2</sub>			M			1	0,4	0,5	0,5	0,7	0,8
G <sub>2</sub>				E			1	0,5	0,5	0,5	0,5
H <sub>2</sub>					T			1	0,8	0,8	0,5
I <sub>3</sub>						R			1	0,8	0,5
J <sub>3</sub>							I			1	0,9
K <sub>1</sub>								A			1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 09. Matriz booleana para  $\alpha \geq 0,9$

Y	A <sub>1</sub>	B <sub>5</sub>	C <sub>1</sub>	D <sub>4</sub>	E <sub>1</sub>	F <sub>2</sub>	G <sub>2</sub>	H <sub>2</sub>	I <sub>3</sub>	J <sub>3</sub>	K <sub>1</sub>
A <sub>1</sub>	1		1	1	1					1	1
B <sub>5</sub>		1	1	1	1						
C <sub>1</sub>			1	1	1						1
D <sub>4</sub>	S			1	1					1	1
E <sub>1</sub>		I			1	1		1	1	1	
F <sub>2</sub>			M			1					
G <sub>2</sub>				E			1				
H <sub>2</sub>					T			1			
I <sub>3</sub>						R			1		
J <sub>3</sub>							I			1	1
K <sub>1</sub>								A			1

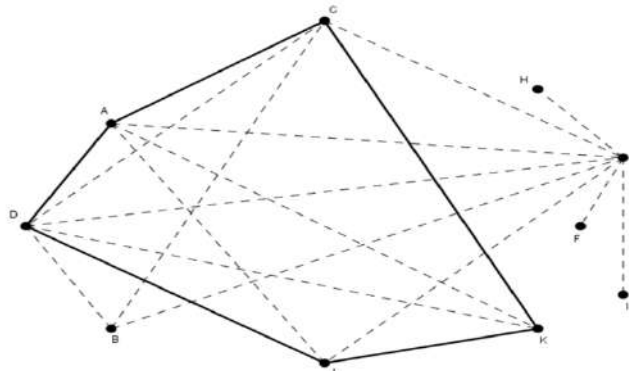
Fuente: Elaboración propia

Cuadro 10. Matriz booleana para  $\alpha \geq 0,8$

Z	A <sub>1</sub>	B <sub>5</sub>	C <sub>1</sub>	D <sub>4</sub>	E <sub>1</sub>	F <sub>2</sub>	G <sub>2</sub>	H <sub>2</sub>	I <sub>3</sub>	J <sub>3</sub>	K <sub>1</sub>
A <sub>1</sub>	1		1	1	1	1			1	1	1
B <sub>5</sub>		1	1	1	1			1			
C <sub>1</sub>			1	1	1				1	1	1
D <sub>4</sub>	S			1	1	1		1	1	1	1
E <sub>1</sub>		I			1	1		1	1	1	
F <sub>2</sub>			M			1					1
G <sub>2</sub>				E			1				
H <sub>2</sub>					T			1	1	1	
I <sub>3</sub>						R			1	1	
J <sub>3</sub>							I			1	1
K <sub>1</sub>								A			1

Fuente: Elaboración propia

Basándose en las matrices “X” y “Y”, donde se establece como umbral mayores o iguales a 0,9 y 0,8, se trazan gráficos de figuras geométricas irregulares con la finalidad de determinar trisociaciones, cuatrisociaciones, pentasociaciones, hexasociaciones o más si las matrices lo permiten, en este estudio se presenta únicamente el siguiente gráfico:



**Figura 1:** Representación geométrica de la matriz booleana para  $\alpha \geq 0,9$

**Fuente:** Elaboración propia

Se observa que a este nivel máximo se obtienen dos cuatriscociaciones y dos pentasociaciones.

$\{A_1, B_5, C_1, D_4\}$  = Planta de suela, tafilete, cuero natural, café claro

$\{A_1, C_1, J_3, K_1\}$  = Planta de suela, cuero natural, con cerquillo, color de la planta negro.

$\{A_1, B_5, C_1, D_4, E_1\}$  = Planta de suela, tafilete, cuero natural, café claro, contrafuerte de suela.

$\{A_1, C_1, D_4, J_3, K_1\}$  = Planta de suela, cuero natural, café claro, con cerquillo, color de la planta negro.

Otra forma de cálculo es el algoritmo de PICHAT, el cual consiste en realizar la suma booleana, su aplicación se explica de la siguiente manera:

Se toma en consideración la matriz  $\alpha \geq 0,9$  exclusivamente los resultados superiores a la diagonal principal. Se sustrae el primer valor correspondiente a la primera fila, se efectúa la suma booleana de cada una con el producto correspondiente a cada una de las columnas vacías, análogamente se recurre al mismo procedimiento con cada uno de los elementos restantes de la columna 2, 3, etc. Se aplica los teoremas booleanos que se detallan a continuación:

$$x + x = x$$

$$xy + x = x$$

$$x * x = x$$

Del polinomio resultante se obtiene su complemento, el cual significa una relación máxima de asociación.

Se aplica la suma booleana para el Nivel  $\alpha \geq 0,9$

$$S = (a + b f g h i)(b + f g h i j k)(c + f g h i j)(d + f g h i)(e + g h)(f + g h i j k)(g + h i j k)(h + i j k)(i + j k)$$

Al realizar los cálculos aplicando los teoremas se tiene:

$$S = (ab + a f g h i j k + b f g h i + b f g h i j k)(c + f g h i j)$$

$$S = (abc + a b f g h i j + a c f g h i j k + a f g h i j k + b c f g h i + b f g h i j + b c f g h i j k + b f g h i j k)(d + f g h i)$$

$$S' = g h i j k + a d k + d e + a c d h j k + b c i + a c j k + a d + a b c d$$

### Resultados

Resumiendo, los cálculos de la suma booleana y con la aplicación del método de creatividad STIM11 de la lógica difusa a niveles de  $\alpha \geq 0,9$  se tiene la siguiente hexasociación:

$\{A_1, C_1, D_4, H_2, J_3, K_1\}$  = Planta de suela, cuero natural, café claro, con puntera, cerquillo, planta negra.

### Discusión

Con el trazado de gráficos polinómicos irregulares, se obtuvieron dos cuatriscociaciones y dos penta sociaciones, las cuales se aproximan a las obtenidas con la aplicación de la suma booleana, estos posibles conjuntos formados, representan factibles tipologías para fabricar un nuevo modelo de calzado para caballero. Basándose en la única

hexasociación resultado de la suma booleana se tendría un par de zapatos con: Planta de suela, cuero natural, café claro, con puntera, cerquillo, planta negra. Si se introdujera al mercado este nuevo diseño de calzado, no se dudaría en tener aceptación del mismo.

### Conclusiones

La reducción en la venta de productos en el mercado por parte de algunas empresas, en unos casos se direcciona al desconocimiento de nuevas herramientas de creatividad, por esta razón el presente artículo explica el uso del STIM 11 con el aporte de la lógica difusa, y con la aplicación de la herramienta del expertizaje en el cual se reduce la entropía o dispersión de las variables. Esta investigación direccionó los datos hacia algunos expertos fabricantes de calzado para caballero con el propósito de aplicar este modelo de creatividad, donde se encontró posibles tipologías para la fabricación de este tipo de calzado, si se aplicara los más conjuntos resultantes, con la utilización de los mismos materiales se fabricaría otros modelos de calzado que el mercado podría solicitar. Esta herramienta de avanzada se puede aplicar a otros campos del conocimiento con la finalidad de entregar a los consumidores productos o servicios innovadores y creativos que cumplan las condiciones de calidad y expectativas del mercado.

### Referencias bibliográficas

- Barroso, F. (2012). Factores y razones para desarrollar la creatividad en las empresas. Un estudio en el Sureste de México. [versión electrónica]. Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XVIII, núm. 3. pp. 509-516 Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28024392009>
- Barroso, F. (2012). Importancia y aplicaciones de los conceptos de la creatividad en empresas constructoras. [versión electrónica]. Ingeniería, vol. 16, núm. 2. pp. 141-149. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46725067002>
- Clegg, B y Birch, P. (2001). Creatividad al Instante. Editorial Granica. México.
- De Bono, Edward (1996). El Pensamiento Creativo. Editorial Paidós Mexicana. México.
- De la Torre, S. (1997). Creatividad y Formación: Identificación, Diseño y Evaluación. Editorial Trillas. México.
- Gamez, G. (1998). Todos Somos Creativos. Ediciones Urano. Barcelona.
- Gómez, M., Rodríguez, C y Guaita, W. (2010). Método de análisis por indicadores para evaluar la gestión del conocimiento en empresas manufactureras. [versión electrónica]. Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XVI, núm. 2. pp. 304-316. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28016298011>
- Gómez, Y. (2010). La Cultura del Diseño, estrategia para la generación de valor e innovación en la PyMe del Área Metropolitana del Centro Occidente, Colombia. [versión electrónica]. Cuaderno 34, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, pp 109-209, Recuperado de: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232010000400012&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232010000400012&lng=es&tlng=es).
- Gupta, Praveen (2012). The Innovation Solution. Making Innovation More Pervasive, Predictable and Profitable. Accelper Consulting. E.U. A.
- Kaufmann, A. y Gil, J. (1987). Técnicas operativas de gestión para el tratamiento de la incertidumbre, Hispano Europea, Barcelona.
- Kaufmann, A. y Gil, J. (1989). Modelos para la investigación de efectos olvidados. Barcelona: Milladoiro.
- Lafuente, G. (1995). Creación de un producto financiero. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa Vol. 1, Nº 3. pp. 45-62. Universidad de Barcelona. [versión electrónica]. Recuperado de: <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v01/013045.pdf>
- Lafuente, J. G. (1997). Marketing para el nuevo milenio: nuevas técnicas para la gestión comercial en la incertidumbre. Ediciones Pirámide. Barcelona.



Luna, K., Tinto, J., Sarmiento, W y Cisneros, D. (2017). Tratamiento de impagos bajo el enfoque de la incertidumbre con la aplicación de redes neuronales (caso artesanos de calzado cantón Gualaceo provincia del Azuay). Revista ciencias pedagógicas e innovación. Vol. 5. Núm. 1. pp 61-70. Recuperado de: <http://upse.edu.ec/rcpi/index.php/revistaupse/article/view/155>

Rico, M. y Tinto, J. (2010). Herramientas con base en subconjuntos borrosos. Propuesta procedimental para aplicar expertizaje y recuperar efectos olvidados en la información contable. Actualidad Contable Faces. pp. 127-146.

Rico, M. y Tinto, J. (2008). Matemática borrosa: algunas aplicaciones en las ciencias económicas, administrativas y contables. Revista de Contaduría, (52), 199-214.

Robbins, S y Judge, T. (2009). Comportamiento Organizacional (13ª. ed.). Pearson-Prentice Hall. México.

Zavala, J. (2012). Think like Silicon Valley Being Anywhere. Autor. E.U. A.

# Los Youtubers como parte del Marketing de Influencia en la sociedad actual

**Lcda. Luci Salas Narváez, MAE**

Universidad de Guayaquil

luci.salasn@ug.edu.ec

**Econ. Diana Neira Vaque, MBA**

Universidad de Guayaquil

diana.neirav@ug.edu.ec

## Resumen

Este artículo pretende mostrar el impacto de los Youtubers como influenciadores en la tendencia de compra de los consumidores; como su imagen y presencia en Latinoamérica crece día a día en número y predominio en niños, adolescentes y adultos compradores de bienes o servicios generados por la tecnología. El marketing de influencia es clave en la sociedad moderna y es una tendencia en crecimiento. Se ha utilizado el diseño de investigación documental, con metodología analítica-deductiva con revisión de preferencias actualizadas y sobre cómo funciona el entorno de los Youtubers, sus gustos, sus características y formas de obtener ingresos a través de esta profesión online.

**Palabras clave:** Youtuber – Marketing – Marcas – Influencia- Engagement.

## Abstract

This article aims to show the importance of Youtubers as an influencer in consumer buying decisions; As its image and presence in Latin America grows day by day in number and predominance in children, adolescents and adults who buy goods or services generated by technology. Influence marketing is key in modern society and is a growing trend. Documentary research design has been used, with an analytical-deductive methodology with a review of updated preferences and how the Youtubers' environment, their tastes, their characteristics and ways of obtaining income through this profession online.

**Keywords:** Youtuber – Marketing – Brands – Influence–Engagement.

## Introducción

La sociedad actual en su crecimiento generalizado a través de la tecnología, cada día implementa nuevas y mejoras formas de desarrollo en ámbitos educativos, sociales, laborales y en la forma de llegar al público para suministrarle nuevos y mejores productos y/o servicios. El internet ha facilitado todo este avance y cada día se conciben nuevas formas de hacer negocios creciendo profesional y laboralmente. Así nace la red social Youtube en el año 2005 fundada por tres exempleados de Pay Pal y posteriormente comprada por Google por de \$1.65 mil millones de dólares (Infobae, 2017) y desde entonces se ha convertido en una de las redes más importantes para difundir contenido de tipo audiovisual creado por los usuarios.

La plataforma YouTube cuenta con más de mil millones de usuarios (casi un tercio de las personas conectadas a Internet), que miran cientos de millones de horas de videos en YouTube y generan miles de millones de vistas todos los días, puedes revisarla en un total de 76 idiomas distintos (lo cual abarca un 95% de la población de Internet) (Youtube, 2017) y estos suben cientos de hora de video al día, haciendo que la plataforma crezca en cantidad y variedad. Como indica (Rodríguez, 2013: 61) el éxito radica en la accesibilidad y simplicidad de su trabajo, siendo más de la mitad de sus vistas desde los dispositivos móviles. Estas cifras pueden ser un indicador para la publicidad si tenemos en cuenta que de acuerdo con The Marketing Store & KidSay, en su investigación

Digital Tweens: YouTube y el aumento de la distribución en grupo, el 48% de los adolescentes entre 8 y 15 años han descubierto un Producto a través de YouTube que pedir a sus padres para (Weber, 2015).

Las estadísticas muestran que el uso de YouTube es muy popular entre los más jóvenes esta red no solo es popular sino que se ha convertido en un medio de ganarse la vida. Así se provocó el nacimiento de las profesiones online. Cada vez son más los jóvenes que apuestan por este mundo y es que, realmente, está muy de moda. ¿Quién no querría convertir su afición en su profesión? , a ellos se les denomina YouTubers (IEBS, 2017). Esta red ha dado la oportunidad de expresar y conectar con el resto del mundo a través de videos que muestran tu forma de pensar o actuar identificándote con los demás. Los creadores de contenido de YouTube son cada vez más conscientes del efecto que sus videos tienen sobre sus pares y dirigen el contenido que producen tratando de responder a los intereses de este público (Ramos & Herrero-Diz, 2016).

Un aspecto importante a considerar es la generación a la que pertenecen y justamente la mayor parte de los Youtubers es parte de la Generación Z, esta generación que nace en 1995 y que se convertirá en los mayores consumidores del mundo (Dunkley, 2017). Y para ellos están dirigidas muchas de las campañas de grandes corporaciones, a través de la influencia de los Youtubers, se concentran muchos clientes potenciales en los mercados globalizados. Alrededor de estos influenciadores se elaboran campañas de marketing que mejoran su posicionamiento, debido a que no es suficiente la colocación de videos en línea y esperar a que las cosas sucedan. Otras redes sociales como Facebook, Twitter, inclusive WhatsApp, o blogs y páginas web son esenciales para compartir y difundir el material audiovisual y generar mayores probabilidades de ser vistos online.

Este fenómeno disruptivo donde aparecen los Youtubers hacen que aparezcan nuevos participantes en el mercado que generan novedosos sistemas de marketing, para los miembros de esta generación; la presencia de un perfil digital se ha convertido en la nueva celebrities del siglo XXI que mueve comunidades enteras y atrae a las marcas. Su capacidad de credibilidad convence hasta tal punto de que todo aquello que diga, opine o haga inmediatamente será adoptado por muchas personas (IEBS, 2017). De todo este contexto se verifica la relevancia del análisis del tema en la actualidad y sus particularidades en el ámbito latinoamericano.

## **Resultados**

### **Marco Teórico**

#### **Youtuber**

Se denomina Youtuber a aquel que comparte videos atractivos para el usuario en los que se le ve haciendo algún tipo de actividad concreta. Existen tres categorías con mayores casos de éxito en esta red: Videojuegos (games), humor y videotutoriales: maquillaje, peluquería, recetas de cocina, etc. (Crua, 2015)

También podemos llamarlos “Influencers” ya que estos jóvenes tienen la capacidad de movilizar y crear reacciones, es decir se despierta en el usuario una emoción, por tanto estos Youtubers deben ser originales y mostrar un contenido personal para que se muestren 100% auténticos hacia su audiencia.

Otra clave del éxito de los Youtubers es la cercanía a sus seguidores ya que en ocasiones realizan videos según lo que éstos pidan en los comentarios a su canal. Es importante tratar bien a la audiencia respondiendo a sus mensajes, agradecer su seguimiento, ser constante y comprometido con ellos, etc.



**Figura 1.** Publicidad Youtubers

**Fuente:** (León, 2016)

También es muy importante hacer una campaña de marketing para mejorar la marca propia y el posicionamiento de ésta. No vale solo colgar los vídeos en Youtube por ello es actualmente es primordial el uso de las redes sociales, páginas web o blogs para difundir y compartir los vídeos y así aumentar las posibilidades de que sean vistos por más personas.

Dado que estos instrumentos como blogs y las redes sociales están influyendo cada vez más en las decisiones de compra del consumidor y como indica IEBS ya son muchos los blogueros, instagramers o youtubers que se han convertido en referentes dentro de su sector .Las marcas han detectado esta tendencia y cada vez son más las que buscan influencers para realizar acuerdos de colaboración. Los individuos admiran a una celebridad pero al Youtuber lo ven como un común, alguien igual a él con quien puede relacionarse y por eso las recomendaciones que hacen estas figuras ayudan a mejorar el posicionamiento de la marca, ya que muchas veces el usuario se interesa en comprar por la recomendación de alguien y no motivado por la publicidad tradicional.

Patrick Walker de Google explica el éxito del vídeo online en Internet, como unareacción ante una combinación de diferentes factores (citado en Antolín, 2012: 31):

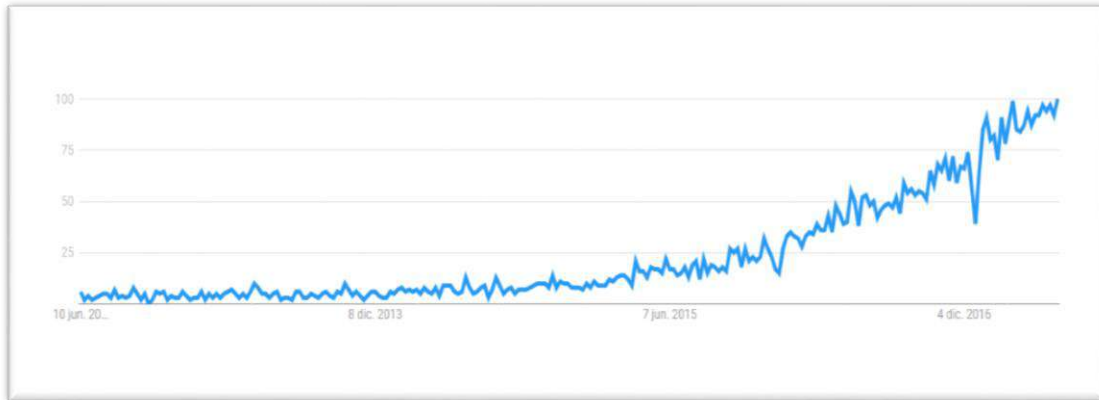
“Primero hay una enorme cantidad de ancho de banda disponible. La gente ahora tiene conexión de banda ancha en su casa, por lo que la velocidad es mucho mayor que antes. A eso hay que añadirle que ahora existen herramientas de producción muy accesibles, como filmar con una webcam, o poder filmar algo con una cámara digital que luego es enchufada a la computadora para hacerle una edición básica. Además tenemos los costos de almacenamiento que también se han reducido considerablemente. Además cuando esto se combina con el deseo de la gente por expresarse en público, se presenta la actual explosión de contenidos generados por los usuarios.”

### **Influencers**

De acuerdo a Gillian (2009) se utiliza para denominar a quienes han ganado popularidad gracias a los entornos digitales, que se dedican a transmitir sus conocimientos en las redes sociales desde su visión particular. Como herramientas de marketing, son capaces de marcar tendencia e influir en las decisiones de consumo de sus seguidores, y ser un apoyo en la promoción de una determinada marca.

La tendencia por el marketing de influencia ha crecido y las cifras proporcionadas por la plataforma de Google Trends lo muestra en la Figura 2, su tendencia desde hace 5 años sigue en crecimiento, ya que constituye una nueva forma de marketing, una forma de acuerdo a las condiciones actuales del mercado.

Figura 2. Tendencia de Marketing de Influencia



Fuente: (GOOGLE, 2017)

Según (Nocito, De Moya, Gutierrez, & Rothe, 2017), un error frecuente es el de entender como influenciar un “anuncio viviente”. Debemos saber que, si hoy en día son esenciales para el inbound marketing, su labor es la de valorar un determinado producto o servicio de forma personal (como si fuera la opinión de un amigo) tal y como menciona Blanch (2015).

En el último estudio publicado por Augure sobre las campañas publicitarias de seis empresas, los resultados mostraron que las relaciones entre marca e influencer para llevar a cabo sus planes de marketing y comunicación habían aumentado. El 84% de los profesionales encuestados afirmó que habían empleado estrategias de marketing de influencia en 2015, considerándola el 81% muy eficaz según Estudio Augure (2015).

### **Marketing de Influencers**

El marketing de influencers es una herramienta utilizada por parte de las empresas que consiste en el contacto y vínculo con los usuarios más influyentes de la red (tuiteros, bloggers, youtubers, celebrities, etc) con el objetivo de que éstos ayuden a difundir determinados mensajes y contenidos relacionados con la marca en las redes sociales, llegando más rápidamente al público objetivo de la empresa con una mayor cercanía, convirtiéndose así en prescriptores y consiguiendo un gran alcance.(Carricajo, 2015)

En este sentido Carricajo aclara que este tipo de marketing se ha convertido en una estrategia esencial para las empresas, no solo para las que tienen una facturación elevada sino también para pequeñas empresas que buscan, a través de influencers, llegar a su público objetivo de una forma más cercana. Se trata de una estrategia 2.0 que intenta recuperar la confianza que se había perdido en las marcas, a través de la utilización de personas que poseen un gran protagonismo y que son grandes referentes en ciertos contenidos. Para los consumidores, las opiniones de estos influencers tienen una mayor credibilidad que los contenidos impersonales que transmite la marca a través de otros formatos de comunicación.

Los influencers tienen características que hacen que sus contenidos sean importantes para los consumidores. Según la revista Interactiva (InteractivaDigital, 2017) las características para conseguir ser un buen influencer son:

- Ser personas auténticas.
- Buscar contenido emocional.
- Conseguir ser los primeros en dar una opinión, para así influenciar el doble.
- Buscar que los usuarios se identifiquen con lo que éste dice y es.
- Ganar credibilidad contrastando día a día las fuentes utilizadas.
- Disfrutar de su trabajo sin que sus publicaciones se conviertan en una rutina.
- Conectar de forma presencial con su comunidad de seguidores.
- Compartir y demostrar su compromiso con sus seguidores.
- Saber escuchar y observar a su alrededor.

La autora (Carricajo, 2015) tras analizar las diferentes clasificaciones existentes y teniendo en cuenta los diferentes parámetros, ha establecido la siguiente clasificación:

- Celebrities
- Líderes de opinión
- Profesionales
- Prosumers

### **Celebrities**

Se trata de personas destacadas por su presencia mediática (músicos, deportistas, actores, etc.). Personas de carácter público, muy reconocidas que hacen que sus opiniones influyan rápidamente sobre su comunidad de seguidores o fans. Una colaboración con éstos le puede dar a una marca una gran notoriedad, pero esta colaboración suele tener un precio económico muy elevado a pesar de que resulta una comunicación muy poco segmentada respecto al público objetivo de la empresa. Además, cabe destacar la falta de credibilidad que se le puede atribuir a sus publicaciones en las redes sociales, al confundirlo con un anuncio más para los que trabaja ese famoso.

### **Líderes de opinión**

Se puede incluir en este punto periodistas, bloggers y toda clase expertos en un determinado sector, producto o nicho de mercado. Comparten contenidos especializados sin la previa petición de la marca y con la ventaja de aportar una enorme credibilidad a los productos que prescriben. Les gustan determinados productos y por este motivo se los recomiendan a sus seguidores.

### **Profesional**

Son los individuos con un determinado nivel de influencia sobre sus seguidores, los cuales reciben una contraprestación económica o material por parte de una marca para que publique contenidos mediante un acuerdo comercial que genera beneficios a ambos.

### **Prosumers**

En este punto se incluye todo ciudadano consumidor que genera y comparte información de una marca específica en las redes sociales consiguiendo influir entre sus contactos. Normalmente suelen dar opiniones positivas de los productos por la afinidad que sienten hacia ellos, pero también pueden ser negativas. No suelen

recibir nada a cambio de la marca, simplemente lo hacen por placer. La gran ventaja que poseen es la credibilidad que se les da a sus publicaciones. Cualquier persona es influyente en cualquier ámbito de negocios o de cualquier grupo definido de personas. Las empresas harán hincapié en encontrar a los influencers que conecten con su marca y sean capaces de llegar a su público objetivo.

Las estadísticas mundiales proporcionadas por Augure, muestran que la eficacia percibida por los profesionales de marketing sobre las estrategias que se basan en influencers es de un 47% muy eficaces, luego un 34% eficaces e ineficaces un 15% y solo un 3% opina que son completamente ineficaces.

De acuerdo a los eficacia comparada de las relaciones con los influencers se manifiesta por parte de los expertos que existe una gran notoriedad de la marca en aproximadamente un 50%, en cuanto a las oportunidades comerciales el 48% opina que son eficaces y en relación a la fidelización de clientes se tiene un 50% de eficacia, a continuación la Figura 3 muestra los detalles de los datos obtenidos.



**Figura 3** Eficacia comparada de las relaciones con los influencers según los objetivos perseguidos.

Los resultados del estudio confirman que el marketing de contenidos y las relaciones con influencers son primos hermanos. La distribución de brand content se asienta como el escenario preferido por las marcas para interactuar con los influencers (según un 67%). Éstas ven en dicha estrategia un estupendo trampolín para permitir que sus contenidos destaquen entre el ruido en Internet, con el objetivo de ganar credibilidad y hacer llegar su mensaje a la audiencia deseada.

Para Augure (2015), el vídeo es un formato estratégico para el 44 % de los consultados. La realización de webinars o la redacción conjunta de libros blancos, soportes favoritos de los content marketers en el sector B2B, se sitúan en 4ª y 5ª posición respectivamente. Los webinars ocupan además el 3er puesto de la clasificación en el continente americano, fenómeno que podría explicarse por la comodidad logística que ofrece este tipo de formato, en comparación con eventos más tradicionales, en un espacio geográfico de tales dimensiones.

El Estudio también muestra las principales formas para identificar influencers, Twitter (42 %) es la plataforma más utilizada a la hora de buscar influencers. Le siguen las herramientas de monitorización digital, las bases de

datos de prensa y blogs, y Google. Klout, el sistema de medición de influencia tan de moda hace unos años, ya no es el preferido por los profesionales. Además, podemos observar que tres de las cinco primeras herramientas son gratuitas, como se aprecia en la Figura 4.



**Figura 4** Herramientas utilizadas para la identificación de influencers

### Ingresos de los Youtubers

En el libro ¿Cómo ser Youtuber? se explica las particularidades de la obtención de ingresos de los youtuber:

- Aproximadamente se calcula que cada 1.000 visitas se paga más o menos 1 dólar, pero no es algo estándar. YouTube suele pagar de forma mensual, cuando se ha llegado a un importe mínimo de unos 100 euros. Si no es así, se irá acumulando.
- Registrar al usuario en la plataforma Google AdSense, en la que miles de empresas pagan para colocar sus anuncios en los diferentes vídeos, dinero que cobran los propietarios del canal. Esta publicidad puede variar según el contenido de la página o la zona geográfica en la que se encuentre el vídeo.
- Usuarios que tienen mucha visibilidad en la red (numerosas visitas, reproducciones y suscriptores), YouTube les premia ofreciéndoles ser Partner. De este modo, la plataforma de YouTube se compromete a pagar 2\$ aproximadamente por cada 1.000 reproducciones.
- También existen las Network, que sería un intermediario entre YouTube y los usuarios a la hora de gestionar y monetizar los vídeos a cambio de una retribución económica.

Estas constituyen las formas principales pero también se logra ingresos a través de patrocinios, publicidad subliminal, etc. (IEBS, 2017)

### Metodología

Se usará el método analítico toma por punto de partida el conocimiento buscado, y retrocede, suponiendo ordenes de dependencia en los que ese conocimiento está incluido, hasta lograr la conexión con cadenas deductivas que son ya conocidas y evidentes. (Caimi, 2003, pág. 39)

Es el método que será utilizado en el momento del procesamiento de la información que ha sido recopilada durante la investigación del trabajo, la misma que nos permitirá extraer los elementos fundamentales para fundamentación del trabajo.



El método deductivo también se utilizará ya que “Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares”. (Bernal, 2006, pág. 56). Este método será utilizado en la elaboración de las conclusiones que nos permitirá determinar los resultados del proceso de investigación y en las recomendaciones para poder proyectarnos al futuro.

## Resultados

Los principales hallazgos a nivel internacional permiten obtener los siguientes datos relevantes con respecto al posicionamiento de este tipo de influencers, en primera instancia los 10 principales exponentes a nivel mundial:

**Tabla 1.** Los 10 Principales Youtubers a nivel mundial

Youtuber	Nacionalidad	Audiencia	Dólares/año
PewDieDie	SUECIA	40 millones	12 millones
Smosh/Ian Hecox y Anthony Padilla	EEUU	22 millones	8.5 millones
Fine Brothers/Benny y Rafi Fine	EEUU	15 millones	8.5 millones
Lindsey Stirling	EEUU	9.4 millones	7.1 millones
Rhett & Link/Rhett McLaughlin y Charles Lincoln Neal III	EEUU	4.3 millones	4.5 millones
KSI	REINO UNIDO	16 millones	4.8 millones
Michelle Phan	EEUU	8.9 millones	3 millones
Lilly Singh	CANADÁ	11.6 millones	2.5 millones
Roman Atwood	EEUU	10 millones	2.5 millones
Rosanna Pansino	EEUU	8.4 millones	2.5 millones

**Fuente:** Ranking FORBES(Infobae, 2017)

Estos rubros muestran la importancia de los influencers, ya que esta nueva tendencia del marketing digital busca acuerdos de colaboración entre el Youtuber y la marca ya que en Internet ellos influyen sobre qué hacer o también en qué productos y/o servicios usar.

El grupo de 10 Youtubers generado por FORBES, tiene alrededor de 150 millones de internautas suscritos a sus canales y totalizan un ingreso de aproximadamente 56 millones de dólares, una cifra considerable para una profesión online como la que se estudia en este análisis, siendo el 70% de nacionalidad norteamericana y se cuenta con un exponente sueco (primer lugar), una canadiense y un representante de Reino Unido.

En latinoamérica también inicio un crecimiento acelerado de youtubers regionales, el 70% de sus principales exponentes es mexicano, para este estudio realizado por E! se tuvo en cuenta la cantidad de influencers que tienen, sus relaciones con otros influencers y su peso en sus países de influencia, esto es, que un Youtuber puede tener menos seguidores que otro pero en su país es más influyente y eso contextualiza su peso, los datos fueron tomados de (Studio92, 2016), y se resumen en la Tabla 2

**Tabla 2.** Los 10 Principales Youtubers a nivel latinoamericano

Youtuber	Nacionalidad	Audiencia
Julián Serrano	Argentina	2.4 millones
Los Polinesios	México	6.3 millones

DrossRotzankU	Venezuela	10.9 millones
Bullysteria	México	529 miles
Luisitorey	México	6.8 millones
Yuya	México	18 millones
Caelike	México	9.7 millones
Werevertumorro	México	13.4 millones
Whatdafaqshow	México	4.6 millones
Hola Soy Germán	Chile	31.8 millones

**Fuente:** Ranking El (Studio92, 2016)

Esto totales reflejan la creciente influencia de los Youtubers y cada vez tiene más seguidores y en Ecuador también cuenta con los principales exponentes de acuerdo a Tabla 3.

**Tabla 3.** Los 10 Principales Youtubers en el Ecuador

Youtuber	Audiencia
Enchufe TV	14 millones
Alex Fabricio	762 miles
Smith Benavides	638 miles
El Aula 69	269 miles
The Covers Duo	302 miles
El increíble mundo del Vine	221 miles
Nayla Vlogs	405 miles
Anthony Swag	364 miles
Juanchivox	181 miles
Purachilena	190 miles

**Fuente:** Blog Vidooly (Vidooly, 2016)

Los secretos para el éxito de los Youtubers en muchos casos apenas uno o dos años de trayectoria se basan en estas características especiales indicadas en el Libro de IEBS ¿Cómo ser Youtuber? las cuales recogen las cualidades de los personajes más importantes en la actualidad e identificadas en este estudio, entre ellas destacan:

Definir el tema del canal: “el contenido es el Rey”. Sin un contenido interesante, por mucho esfuerzo que se haga a nivel técnico o de posicionamiento web, no se consiguen visitas. Si el contenido no funciona, los usuarios entrarán una vez pero ya no volverán. Se busca usuarios que fidelicen con el canal, que se suscriban, etc. Por eso, además de hacer vídeos de contenido interesante, también se deberá tener en cuenta el tema y definirlo para llegar a un público objetivo.

- Colaboración con otros YouTubers: se trata de conocer a gente y contactar con ella para preguntarles si quieren hacer un vídeo colaborativo. Es una gran manera de obtener más reconocimiento e incluso de poder ganar parte de seguidores del YouTuber colaborador. Se trata de colaborar con personas que tengan estilo y con espectadores similares a los tuyos. De esta manera se compartirá audiencia.

- Interacción con tus seguidores: Se debe responder a los comentarios o preguntas que dejen tus usuarios. Es una buena manera de comenzar a formar nuevas relaciones con tus suscriptores. Si piden un consejo, debe

darse. Ser una persona genuina y amigable, de esta manera se atraerá a más y más personas. Lo importante es interactuar con tu audiencia tanto como puedas.

- Promoción en las redes sociales: comparte tus vídeos en todas tus redes sociales. Trabaja en las relaciones que ya tengas y deja que tu audiencia se vaya formando de manera natural. También es importante participar en redes sociales verticales en las que sus temáticas coincidan con la de tu canal, de esta manera conseguirás llegar a más personas y formar una mayor audiencia.

- Constancia: Se deben tener paciencia y constancia. Un canal no crece de la noche a la mañana, suele tener un proceso lento. Pero a la vez, para que la gente siga regresando al canal, deberá actualizarlo con frecuencia y a ser posible, hacerlo siempre el mismo día de la semana para que tus espectadores sepan cuándo buscar un contenido de nuevo. Más de un seguidor espera a que llegue ese día en el que su YouTuber favorito sube su próximo vídeo. ¡Quién sabe, a lo mejor habrá alguien que al final haga lo mismo contigo!

- Inicio de los videos: El saludo se ha convertido en un elemento muy característico de cada YouTuber y cada uno suele tener el mismo para cada vídeo. De este modo gana personalidad además de, en algunos casos, poder llegar a crear una comunidad.

-Cierre de los videos: al terminar los vídeos, es muy recomendable hacer una llamada a la acción como invitar a tus usuarios a suscribirse al canal, a comentar, a preguntar cualquier duda, a compartirlos en sus redes sociales, a darle a like, etc. Además, también se debe tener en cuenta el hecho de introducir una careta final con anotaciones o pantallas dirigidas a otros enlaces como, por ejemplo: otro vídeo, la página del canal, redes sociales, etc.

-Ser uno mismo: los espectadores notarán en seguida si se está siendo auténtico o no. Explotar la personalidad y mostrarla en los vídeos actuando igual que si se lo hiciera delante de tus amigos o familiares. Nunca se debe copiar el estilo de otros.

## **Conclusiones**

En primer lugar se ha cumplido el objeto de la investigación, brindando un panorama general de los principales youtubers mundiales, sus características y el impacto en las redes sociales en la actualidad a nivel regional estudiando a Latinoamérica y a Ecuador como parte también de esta vertiente. Su relevancia y pertinencia como miembros del Marketing de Influencia, que se constituye en la nueva tendencia de comunicación con el cliente, a través de una exponente, líder, influenciador que puede cambiar su comportamiento de consumidor.

Se debe señalar que el negocio de los youtubers como parte de las estrategias del marketing de influencia es una tendencia que seguirá marcando la pauta para los nuevos negocios. El modelo de influencers seguirá teniendo vigencia en el mundo empresarial por el potencial que tienen para generar nuevos clientes para las compañías y el efecto dominó que puede generarse a partir de un primer seguidor o cliente.

Es importante resaltar que elegir al Youtubers adecuado a la línea de negocio requiere un estudio especial y exhaustivo por parte de los que manejan el marketing en la empresa, pues ellos generan un alto retorno de inversión, permite a los consumidores sentirse parte de la marca, pues un común a él la usa y no siente un bombardeo publicitario que provoca rechazo a la marca.

El Youtuber provee un engagement incremental para el negocio, la cercanía que logra debe ser aprovechada por la marca en aspectos cualitativos y cuantitativos y debe ser una herramienta utilizada de la mejor forma para beneficio de la empresa por el ahorro de costos y por el impacto que generan con un mínimo de inversión.

### Referencias bibliográficas

- Antolín, Rebeca (2012): YouTube como paradigma del vídeo y la televisión en la web 2.0. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.
- BLANCH PEGUERO, C. «Los nuevos líderes de opinión en moda: influencers. El case study de Gala González.» Thesis. 2015.
- Bernal, C. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.
- Caimi, M. (2003). *DISCURSO DEL MÉTODO: Volumen 39 of (Clásicos del pensamiento) Colihue Clásica*. Argentina: Ediciones Colihue SRL.
- Carricajo, C. (2015). *MARKETING DE INFLUENCERS: UNA NUEVA ESTRATEGIA PUBLICITARIA*. Segovia: Universidad de Valladolid.
- Crua, C. (22 de Diciembre de 2015). *Marketing Digital*. Obtenido de <https://goo.gl/sjxjvT>
- Dunkley, L. 2017. Reaching Generation Z: Harnessing the Power of Digital Influencers in Film Publicity, *Journal of Promotional Communications*, 5(1), 31-39
- ESTUDIO AUGURE, (2015): “Estatus y prácticas de las relaciones con influencers en 2015”. Recuperado el 16 de diciembre de 2016 de <http://www.augure.com/>
- GILLIN A., *The new influencers: A marketer's guide to the new social media*. P & Moore, Linden Publishing. 2009
- GOOGLE. (6 de Junio de 2017). *GOOGLE TRENDS*. Obtenido de <https://trends.google.es/trends/explore?q=influencer%20marketing>
- IEBS. (2017 de Mayo de 2017). *¿Cómo ser Youtuber?* Cataluña: IEBS BUSINESS SCHOOL.
- Infobae. (31 de Mayo de 2017). *Infobae*. Obtenido de <http://www.infobae.com/2016/05/22/1813009-quienes-son-los-10-youtubers-mas-exitosos-del-mundo/>
- InteractivaDigital. (1 de Junio de 2017). *InteractivaDigital*. Obtenido de <http://interactivadigital.com/2013/06/11/10-cualidades-de-un-buen-influencer>
- León, J. (23 de Junio de 2016). *JORGELEON*. Obtenido de <http://www.jorgeleon.mx/2016/06/contratos-360-para-youtubers/>
- Nocito, M., De Moya, P., Gutierrez, S., & Rothe, B. (2017). LA EVOLUCIÓN DEL MARKETING TRADICIONAL AL DE INFLUENCIA: LOS INFLUENCERS. *COLEGIO ORVALLE*, 1-43.
- Ramos, M., & Herrero-Diz, P. (2016). *UNBOXING AND BRANDS:: YOUTUBERS PHENOMENON THROUGH THE CASE STUDY OF EVANTUBEHD*. Madrid: Prisma Social.
- RODRÍGUEZ, D. (2013). *Memecracia. Los virales que nos gobiernan*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Studio92. (3 de Noviembre de 2016). *STUDIO 92*. Obtenido de <http://www.studio92.com/redes-sociales/youtubers-mas-populares-en-latinoamerica-noticia-1007275>
- Vidooly. (26 de Agosto de 2016). *Vidooly*. Obtenido de [vidooly.com/blogs/los-11-canales-mas-populares-de-ecuador](http://vidooly.com/blogs/los-11-canales-mas-populares-de-ecuador)
- Youtube. (1 de junio de 2017). *Estadísticas*. Obtenido de <https://www.youtube.com/yt/press/es-419/statistics.html>
- WEBER, R. (2015). *Digital Tweens: YouTube and the Rise of Clustersharing*. The Marketing Store & KidSay. Retrieved from: <http://goo.gl/jI4MDS>

# El emprendimiento, una alternativa de desarrollo local: caso ruta del Spondylus, Ecuador

**Natalia Andrade Moreira**

Universidad de Guayaquil  
natalia.andradem@ug.edu.ec

**Ángela Silva Muñoz**

Universidad de Guayaquil  
angela.silvam@ug.edu.ec

**José Torres Miranda**

Universidad de Guayaquil  
jose.torresm@ug.edu.ec

## Resumen

El sector del turismo es atractivo por la particularidad que tienen las actividades económicas que se desarrollan alrededor de lugares de ensueño en la costa ecuatoriana. El gobierno de la República del Ecuador a partir del 2008, fortalece el sistema vial terrestre de las provincias de Guayas, Manabí y Santa Elena, la vía denominada la Ruta del Spondylus en honor a una concha roja de gran importancia para la cultura Valdivia en la zona costera, que tiene mayor auge de visitas entre junio a septiembre por el avistamiento de las ballenas jorobadas. Es importante impulsar las actividades turísticas que generen ingresos a los habitantes de estas provincias y así mejorar los niveles de vida. Pero la explotación de los recursos naturales es un riesgo que debe ser controlado con la finalidad de minimizar el impacto ambiental. Esta investigación combinó los métodos cuantitativos y cualitativos. Los conocimientos fueron sistematizados a través de la investigación bibliográfica realizada durante todo el proceso de investigación e incluyó libros, tesis, disertaciones y artículos, procurando abarcar las temáticas centrales: emprendimiento y turismo alternativo. Como resultado de este estudio, se plantea un Plan de Acción con lineamientos para fortalecer estas actividades entre los comuneros.

**Palabras claves:** Emprendimiento, desarrollo local, turismo y Ruta Spondylus.

## Abstract

The tourism sector is attractive because of the particularity of the economic activities that take place around dreamy places on the Ecuadorian coast. The government of the Republic of Ecuador, as of 2008, strengthens the road system of the provinces of Guayas, Manabí and Santa Elena, the route called the Spondylus Route in honor of a red shell of great importance for Valdivia culture in the Coastal zone, which has the highest peak of visits between June to September by the sighting of humpback whales. It is important to boost tourism activities that generate income for the inhabitants of these provinces and thus improve living standards. But the exploitation of natural resources is a risk that must be controlled in order to minimize environmental impact. This research combined quantitative and qualitative methods. The knowledge was systematized through the bibliographic research carried out throughout the research process and included books, theses, dissertations and articles, trying to cover the central themes: entrepreneurship and alternative tourism. As a result of this study, an Action Plan is proposed with guidelines to strengthen these activities among the comuneros.

**Key words:** Entrepreneurship, local development, tourism and Spondylus Route.

## **Introducción**

### **Introducción al problema**

El sector del turismo constituye una actividad económica de mucha importancia para el Ecuador debido a su crecimiento anual y por ser un país que vive de sus riquezas naturales. Se debe promover el turismo sostenible como una actividad económica que, planifique e implemente de manera cuidadosa, estrategias y planes que puedan aportar al bienestar de las poblaciones locales y los recursos naturales. Por lo tanto, es necesario impulsar un proceso de desarrollo económico capaz de aprovechar la biodiversidad de la Ruta del Spondylus, en donde se debe avanzar mediante un desarrollo ordenado sostenible y sustentable, no con la idea de un crecimiento económico rápido y desmedido que al final provoque daños ambientales y origine problemas sociales.

El Turismo, es una herramienta para frenar la pobreza, es un elemento en la construcción del desarrollo y un complemento esencial en el mejoramiento de vida de los pobladores en todos los puntos de la Ruta del Spondylus, por lo antes expresado se concluye, que el turismo es un importante pilar de la economía local, se debe tener cuidado en su explotación para evitar daños paulatinos al medio ambiente y al orden social en las ciudades y pueblos, y concentrar esfuerzos en potencializar las fortalezas que tienen los habitantes de este sector y por ello se plantea las siguientes interrogantes: ¿Las actividades que realizan los pobladores locales son suficientemente atractivos para el turista?, ¿Están los habitantes preparados para obtener el mayor beneficio de las actividades turísticas?, y ¿Se están destinando los recursos necesarios para la maximización de los beneficios, trayendo como resultado mejorar el nivel de vida?

### **Importancia del problema**

El turismo es una actividad multisectorial que requiere de concurrencia de diversas áreas productivas, como es la agricultura, la construcción, la fabricación, y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y servicios utilizados por los turistas.

El desarrollo económico comprende mayor interés en calidad de vida, consecución educacional, estado nutricional, acceso a libertades y bienestar espiritual de los ciudadanos de una determinada ciudad o país.

El Turismo, es una herramienta para frenar la pobreza, es un elemento en la construcción del desarrollo y un complemento esencial en el mejoramiento de vida, por lo expresado comprendemos, que el turismo es un importante pilar de nuestra economía y que el desarrollo es un crecimiento paulatino en las ciudades y pueblos.

Con el desarrollo de la economía local en base al turismo sostenible, se podrá evaluar el desarrollo económico y el crecimiento de la zona y con ello hacer proyecciones hacia el futuro, tendientes a mejorar la calidad de vida de los habitantes.

### **Metodología**

Este trabajo de investigación combinó los métodos cuantitativos y cualitativos en diferentes etapas del estudio. Los conocimientos fueron sistematizados a través de la investigación bibliográfica realizada durante todo el proceso de investigación e incluyó libros, tesis, disertaciones y artículos, procurando abarcar las temáticas centrales: emprendimiento y turismo alternativo.

Con este relevamiento se buscó establecer un diálogo entre las diferentes ideas sobre el emprendimiento y el turismo alternativo encontradas en la producción científica, verificando el posicionamiento teórico conceptual de los autores de los artículos seleccionados para esta investigación.

### **Resultados**

El turismo es una actividad multisectorial que requiere de concurrencia de diversas áreas productivas, como es la agricultura, la construcción, la fabricación, y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y servicios utilizados por los turistas. El desarrollo económico comprende mayor interés en calidad de vida, consecución educacional, estado nutricional, acceso a libertades y bienestar espiritual de los ciudadanos de una determinada ciudad o país.

En los libros del desarrollo económico existen diferentes definiciones que explican el Desarrollo Económico. Gerald M. Meier y Robert Baldwin explican, que existe una tendencia a utilizar con el mismo sentido los términos desarrollo económico, crecimiento económico y cambio secular. Los autores definen el desarrollo económico como: Un proceso mediante el cual la renta nacional real de una economía aumenta durante un largo periodo de tiempo. Y si el ritmo de desarrollo es superior al ritmo de crecimiento de la población, la renta real per cápita aumentará. El proceso implica la actuación de ciertas fuerzas donde estas operan en un largo periodo de tiempo y representan cambios en determinadas variables. Los detalles del proceso varían bajo condiciones diferentes relativas al espacio y al tiempo. Pero existen algunas características comunes básicas. Y el resultado general del proceso es el crecimiento del producto nacional de una economía que, en sí, es un cambio particular a largo plazo.

En este mismo contexto Meier, G. y Baldwin R. (1969) nos señalan que si solo se considera el crecimiento del producto nacional, se obtendrá una visión global del proceso de desarrollo. Pero si se examinan detalladamente ese proceso se encontrarán cambios cada una de ellos de carácter peculiar. En donde hace una clasificación de los cambios más importantes como son lo de la oferta de factores fundamentales y cambios en la estructura de la demanda de productos. Y estos cambios particulares de la oferta de factores comprenden:

1. El descubrimiento de recursos adicionales.
2. La acumulación de capital.
3. El crecimiento de la población.
4. La introducción de nuevas y mejoras técnicas de producción.
5. La mejora de cualificaciones personales.
6. Otras modificaciones institucionales y de organización.

Y los cambios particulares de la demanda de los productos están ligados a la evolución:

1. El tamaño de las composiciones por edades de la población.
2. El nivel de la distribución de la renta.
3. Los gustos.
4. Otras condiciones institucionales y de organización.

Meier, G y Baldwin interpretan el desarrollo económico en términos de desarrollo específicos en la oferta de factores y la demanda de los productos en una combinación, del punto de vista general y específico del desarrollo económico. Y, consideran no solo el resultado final general del proceso de desarrollo, el incremento del desarrollo económico real, sino también los cambios subyacente particulares que determina este significado, lo cual resulta más significativo. Partiendo de este análisis clásico del desarrollo económico. En primer lugar quieren descubrir las causas del crecimiento a largo plazo de la renta nacional y el proceso que corresponde. Y los problemas en, como una nación distribuye una oferta dada de recursos productivos o en qué forma los consumidores y empresarios adoptan las decisiones económicas, no es de interés para los economistas clásicos.

(Meier, 1964).

### **El desarrollo local y desarrollo sostenible**

El término desarrollo local aparece en los años 1990, el cual se originó inicialmente como autodefensa frente a las consecuencias del neoliberalismo, mediante propuestas que pueden llegar del TRABAJO SOCIAL COMUNITARIO, del análisis geográfico regional, de la ciencia política y de la microeconomía, más que de la macroeconomía.

#### **Principales ejes de actuación en el desarrollo local**

Promoción empresarial y creación de empresas (pymes)	Viveros de empresas y otras acciones de acompañamiento Centro de servicios empresariales (información, asesoramiento) Oficina de comercio exterior, servicios de videoconferencias, Asesoramiento a emprendedores. Formación empresarial (trabajadores, directivos y emprendedores)
Formación y empleo	Políticas activas de empleo. Servicio de apoyo al autoempleo. Escuelas talleres y casas de oficios. Otras acciones de formación ocupacional y formación continua
Acceso a la sociedad de la información	Apoyo a la modernización tecnológica de las empresas Servicios de internet para las empresas. Servicios de internet para los ciudadanos.
Diversificación económica en zonas rurales	Apoyo a la pluriactividad o la generación de rentas complementarias Apoyo a actividades de turismo rural. Apoyo a la comercialización de productos artesanales Apoyo a producciones locales de calidad. Recuperación del patrimonio. Acciones de protección del medio ambiente.

### **Datos generales del Ecuador**

La República del Ecuador se encuentra ubicada al noroeste de América del Sur, sobre la línea ecuatorial con una extensión de 256.370 km<sup>2</sup>, el territorio limita al sur y el este con Perú, al oeste con el Océano Pacífico y al norte con Colombia. Cuenta con una población de 16'542.413 aproximadamente. El Ecuador tiene una temperatura de 20 a 33 grados centígrados en la zona costera y el oriente gracias a la cordillera de los Andes y la influencia del mar, mientras que en la sierra oscila de 8 a 23 grados centígrados.

### **El turismo en Ecuador**

El Ecuador cuenta con la mayor biodiversidad por unidad de superficie a escala mundial. Esta megabiodiversidad se expresa en la variedad de atractivos naturales y culturales, esta diversidad resulta más atractiva por ser un país de dimensiones comparativamente reducidas que permiten desplazamientos internos relativamente cortos en sus aproximadamente 256.000 Km<sup>2</sup> y una población de 14 millones de habitantes, con un 61% ubicada en el área urbana. (INEC, 2010)

El Ecuador tiene una historia de más de 40 años de acciones de conservación de su naturaleza, desde la declaración de las Islas Galápagos como área protegida en 1959. Cuenta en la actualidad con un Sistema Nacional



de Áreas Protegidas que abarca a 35 áreas protegidas bajo la tutela del Estado, que cubren un 18,5% del territorio nacional, con una superficie superior a las 4,7 millones de hectáreas. Los bosques protectores alcanzan las 2,4 millones de hectáreas, lo que significa que el Ecuador tiene el 26% de su territorio bajo protección.

El Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su mega-biodiversidad. Según datos publicados por Conservación Internacional, se estima que sólo 17 países en el planeta están dentro de esta categoría y estos albergan entre el 60% y el 70% de la biodiversidad del planeta (Hood 2010).

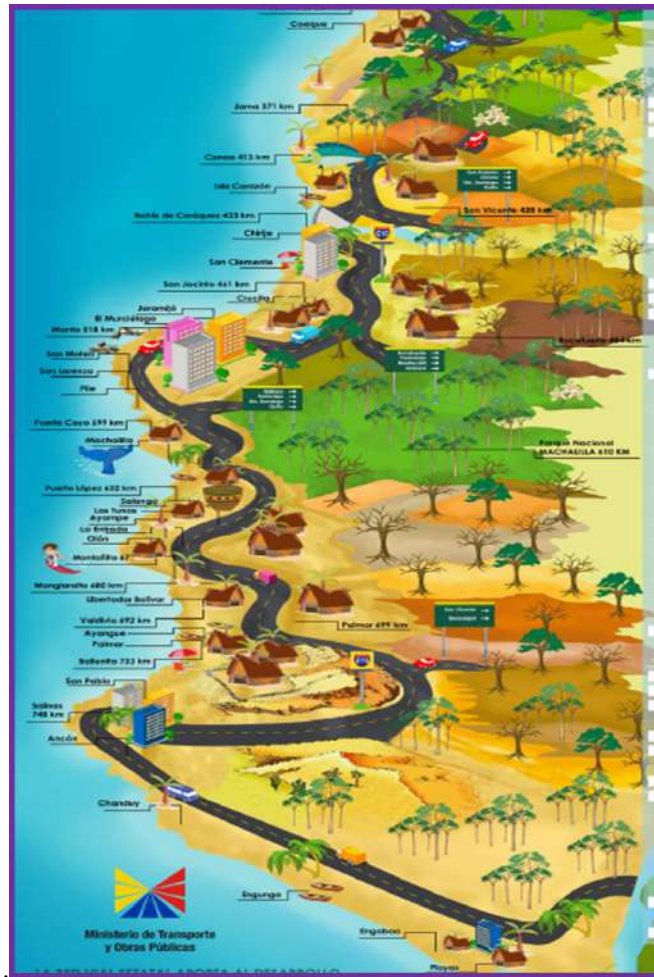
Dentro del turismo nacional, la diversión es el primer motivo por el cual los ecuatorianos se movilizan a otras provincias o ciudades a realizar distintas actividades. El estrés de las ciudades principales se deriva en el 26,1% a la visita de lugares naturales o áreas protegidas, ya que los lugares tranquilos y sin contaminación ayudan a relajarse. La práctica de deportes ocupa el tercer lugar; gracias a la cambiante geografía. Ecuador posee grandes destinos turísticos conocidos mundialmente, los mismos que con montañas, ríos, quebradas, mar hacen que nuestro país sea único en su belleza.

Según Perrone, A., D. Cajiao y M. Burgos(2009), las encuestas realizadas por el Ministerio de Turismo en su publicación Turismo de naturaleza en la zona marino-costera del Ecuador continental y por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito indican que en el Ecuador la actividad turística figura dentro de los cinco primeros rubros por ingresos de divisas que sustentan y dinamizan 50 la economía nacional, mostrando una tasa de crecimiento sostenida de alrededor del 7% y dando lugar al que al menos un décimo de cada dólar que circula en el mercado, se dé por el gasto del turismo.

Desde el punto de vista geográfico, el Ecuador se caracteriza por su singular topografía, diversidad de zonas climáticas y cuenta con una diversa población de especies vegetales y animales. Que se encuentran distribuidas en sus cuatro regiones; Costa, Sierra, Amazónica, y Región Insular.

El hecho de que el Ecuador, es un país relativamente pequeño en cuestión de horas se puedan visitar entornos geográficos y biológicos totalmente diferentes, hace que este país sea un destino excepcional para el turismo.

Los sitios naturales del Ecuador son los lugares más visitados; dentro de esto encierra todo lo que sea Parques y Áreas Naturales y Protegidas como montañas, lagunas, playas, etc. Las playas ocupan el segundo lugar, y gracias a la buena infraestructura hotelera de playa con la que se cuenta, se puede brindar al turista la opción de escoger lugares y establecimientos de acuerdo a sus posibilidades. Ecuador se destaca por la cantidad de aguas termales que tiene, aguas que gracias a sus minerales y sales poseen propiedades curativas. Por eso, en el tercer lugar se consolida la visita de balnearios termales. Luego le siguen atractivos como diversión, gastronomía, fiestas populares y religiosas, entre otras.



El gobierno nacional, en búsqueda de impulsar el turismo local invierte en la construcción de vías en la zona costera, lo que origina el nacimiento de la ruta Spondylus que conecta los puntos turísticos relevantes en las provincias de Guayas, Santa Elena y Manabí, a continuación además de las hermosas playas, se detallan los atractivos y actividades relevantes de los pueblos de esta ruta:

### **Santa Elena**

En esta provincia podemos encontrar playas como Ancón, Punta Carnero, Libertad, Ballenita, Punta Blanca, Punta Centinela, San Pablo, Palmar, Salinas, Playa Rosada, Ayungue, Valdivia, Montañita, Manglaralto, Olón.

### **Salinas**

Hoteles, restaurantes y centros de diversión diurnos y nocturnos. Es una de las playas más visitadas de la provincia ofrece una extensa gastronomía desde platos típicos hasta platos internacionales.

### **Ballenita**

Artesanías elaboradas por las hábiles manos de los pobladores y su gastronomía.

### **Punta blanca**

Se puede realizar paseos nocturnos, deportes acuáticos, pesca deportiva de aguas profundas y para el descanso por su tranquilidad.

### **Playa Rosada**

Caracterizada por su arena que al atardecer toma una coloración rosácea. Consta de un paradero turístico muy acogedor donde se puede disfrutar de la gastronomía típica de la zona.

### **San pablo**

Un lugar con un ecosistema propio, un buen sitio para admirar aves como piqueros patas azules, pelicanos, fragatas y gaviotas.

### **Palmar**

La actividad principal es la pesca, también cuenta con playas ideales para unas vacaciones de descanso. Cuenta con un malecón para dar un paseo y lo largo del mismo, puestos de comida con los frutos del mar muy frescos.

### **Ayangué**

Al igual que muchas otras, es una comuna que se dedica a la pesca, el buceo es un atractivo de sus actividades debido a su cercanía al islote El Pelado, lugar preferido por quienes practican este deporte.

### **San Pedro**

En la Comuna de Sanpedro se pueden experimentar deportes extremos cargados de adrenalina como por ejemplo el parapente, en la práctica de este deporte se cuenta con instructores de vuelo para evitar riesgos en los turistas.

### **Manglaralto**

Tiene poca infraestructura hotelera y restaurantes, pero puede quedarse en las casas de los comuneros que han sido acondicionadas para hospedar a turistas.

### **Montañita**

Este balneario es muy conocido a nivel nacional e internacional, pues su característica principal es la distracción nocturna en la que se puede disfrutar de bares, discotecas, fogatas al pie del mar y la gastronomía con la que cuenta, que es muy diversificada, encontrando aquí variedades de diferentes países.

### **Olón**

Sistema de hospederías comunitaria donde se puede convivir con la familia disfrutando del ambiente agradable, las playas y la cordialidad de la población.

### **Mar Bravo**

En esta zona se encuentra el Mall del Pacífico el cual presenta cabañitas con materiales típicos del lugar como caña gauda, se pueden realizar actividades de esparcimiento como aeróbicos, práctica de deportes playeros, bailes y concursos, etc.

### **Cerro Lobo**

Es un cerro que se levanta al pie del mar, en el que se encuentra un bosque protegido lobo

### **Salangoy Puerto López**

En estas parroquias hay avistamiento de ballenas, museos, senderos ecoturísticos, playas, artesanía, buceo, belleza paisajística, snorkeling, trekking, ecoturismo, actos culturales, arqueología.

### Los Frailes

En esta playa la panorámica de las aguas verdes – azules de la costa, sus lagunas azufradas y el reconocimiento de ser unas de las playas más limpias del país.

### Machalilla

Esta parroquia está ubicada en la provincia de Manabí, ubicada específicamente en el corredor hidrogeográfico de la cordillera Chongón - Colonche, está rodeado de los principales ríos que son el Jipijapa, Salaite, Seco, Punteros, Buena Vista, Piñas y el río Ayampe y su atractivo turístico es el Parque Nacional Machalilla.

### Pedernales

El cantón tiene una historia muy importante que sucedió en el siglo XIX, específicamente en el año 1736 cuando estuvo la misión francesa de geodésica en Punta Palmar donde comenzaron a determinar la curvatura del planeta, por este acontecimiento histórico en el año 2010 la nombran como el Génesis del nombre de nuestro país que es Ecuador. Playas hermosas, gastronomía inédita; una flora y fauna única.

### Puerto Cayo

En los alrededores de Puerto Cayo hay cascadas, senderos, bosques húmedos, montañas y una rica biodiversidad de flora y fauna que no se la encuentra en otra parte de Manabí.

### Manta

Después del terremoto del año 2016, ha surgido de sus cenizas como el ave fénix, ya que su fuente turística ha crecido rápidamente, los paseos en lanchas, su puerto marítimo y sus grandes hoteles permiten realizar un turismo fluido en esta gran ciudad.

Tabla No. 1. *Tabla de distribución de población por provincia.*

Provincias		Población Ruta Spondylus	Activ./Económica Turismo y otros	%
Santa Elena	Santa Elena	144076	2335	1,62%
	Libertad	95942	2386	2,49%
	Salinas	68675	1536	2,24%
	<b>Subtotal</b>	<b>308693</b>	<b>6257</b>	<b>2,03%</b>
Manabí	Manta	226477	5802	<b>2,56%</b>
	Santa Ana	47385	331	<b>0,70%</b>
	Sucre	57159	837	<b>1,46%</b>
	Pedernales	55128	750	<b>1,36%</b>
	Puerto Lopez	20451	406	<b>1,99%</b>
	Jama	23253	137	<b>0,59%</b>
	San Vicente	22025	539	<b>2,45%</b>
	<b>Subtotal</b>	<b>451878</b>	<b>8802</b>	<b>1,95%</b>
<b>Total</b>	<b>760571</b>	<b>15059</b>	<b>1,98%</b>	

Fuente: INEC 2010

### Turismo artesanal

#### Artesanías en Piedra Arenisca

Este tipo de artesanías es realizado en la comuna Valdivia, ubicada a 42 Km de la cabecera cantonal de Santa Elena. Lo interesante de estas artesanías es que los lugares de producción son los mismos hogares de los artesanos. Se pueden encontrar variedad de productos en diferentes tamaños y estilos.

El principal material para la elaboración de estas esculturas es la piedra arenisca que se extrae de los baños de Olón. En esta comuna también se pueden encontrar trabajos realizados en concha spondylus y reproducciones de figurillas de la cultura Valdivia en cerámica.

### **Comuna Libertador Bolívar**

En esta comunidad se elaboran finos manteles, tapetes, bolsos y hamacas con distintas fibras naturales como algodón, paja toquilla y mocora. Los talleres son los hogares de los artesanos.

### **Ecoturismo**

El ecoturismo o turismo ecológico, en el Ecuador cada día tiene más acogida y ya no solo se enfoca en las Islas Galápagos. Hoy en día se ofrecen paquetes turísticos dedicados solo a este tipo de turismo y si nos enfocamos en la ruta del Spondylus encontramos en Cerro Lobo el bosque lobo protegido, el Parque Nacional Machalilla, donde encontramos especies únicas en el mundo, también tenemos el avistamiento de ballenas en Puerto López y Puerto Cayo. En Puerto Cayo además encontramos cascadas y lugares que están conectados directamente con la naturaleza.

**Tabla No. 2.** *Tabla de distribución de actividad por provincia.*

Provincias y Cantones		Población Ruta Spondylus	Actividades/Económica Turismo y otros	%
<u>Santa Elena</u>	Santa Elena	2136	88	4,12%
	Libertad	1168	41	3,51%
	Salinas	968	33	3,41%
	Subtotal	4272	162	3,79%
<u>Manabí</u>	Manta	1365	56	4,10%
	Santa Ana	298	2	0,67%
	Sucre	108	4	3,70%
	Pedernales	260	3	1,15%
	Puerto Lopez	44	0	0,00%
	Jama	46	3	6,52%
	San Vicente	134	5	3,73%
	Subtotal	2255	73	3,24%

Fuente: INEC, Elaboración: Autores

### **Turismo arqueológico**

#### **Santa Elena**

Estos restos arqueológicos de las culturas Valdivia, Machalilla y Chorrera, se los localiza en el cantón Santa Elena, en la comuna Valdivia que se encuentra ubicada entre las comunas San Pedro (conocida por su labor artesanal) y Libertador Simón Bolívar (conocida como “Atravesada” por formar un ángulo recto con la carretera). La Cultura Valdivia pertenecía al Periodo Formativo (3000 AC 1500 AC), se destaca por el proceso

avanzado en la elaboración de cerámica, siendo su obra más conocida la Venus, que fueron elaboradas para rendir culto a la fertilidad y agricultura. La Cultura Machalilla (1500 AC – 1000 AC) se caracteriza por la elaboración de grandes recipientes para la colocación de líquidos y granos; además realizaron botellas de asa estribo. La Cultura Chorrera (1000 AC – 300 AC) alcanza su máximo esplendor artístico, ritualístico y funcional en lo doméstico. Uno de sus objetos principales fueron las botellas silbato.

Comprar reproducciones de las culturas realizadas por los comuneros y observar los talleres y materiales que utilizan para las mismas. En la comuna también se puede visitar el Acuario Valdivia, donde se encuentran variedad de peces tropicales y muestra de restos de animales marinos del sector.

## **Museos**

### **Museo Los Amantes De Sumpa en Santa Elena**

En Santa Elena, el Museo Los Amantes de Sumpa muestra el origen y costumbres de los habitantes de la Península. Pitos, flautas, figurines, tejidos, herramientas y diversas clases de adornos de concha y metal se encontrarán en este sitio que muestran las tradiciones y costumbres culturales de esta zona. Dirección: A 1 Km. de la cabecera cantonal de Santa Elena en la Vía La Libertad – Salinas.

### **Museo Ballenita**

En esta playa se encuentra la Galería Náutica – Mirador Farallón Dillon, En este museo se pueden observar piezas náuticas y réplicas de pinturas hechas en óleo. Dirección: Lomas de Ballenita.

### **Museo Casaleón – La Libertad**

El Museo Casaleón posee muestras de arte prehispánico, colonial y contemporáneo que se exhiben en este lugar. Dirección: Av.9 de Octubre 1330 y Calle 13.

### **Museo Valdivia**

Este museo se encuentra ubicado en la comuna de Valdivia y contiene algunos de las piezas pertenecientes a la cultura chorrera, Valdivia además de algunas maquetas y réplicas que nos informan de la forma de vida de las civilizaciones que habitaban esta región.

### **Museo De Real Alto**

Ubicado en la comunidad de Chanduy, se exponen temas de tradiciones culturales tradicionales del lugar. Se encuentran monedas del barco La Capitana, que hace pocos años fue encontrado frente a las costas del pueblo. Real Alto es uno de los sitios arqueológicos más importantes de la región.

Por otro lado, el plan estratégico de turismo sostenible para Ecuador Plandetur 2020 que es una herramienta de planificación para la gestión, que orienta las acciones de actores públicos privados y comunitarios para que el turismo se desarrolle como una actividad ordenada y sostenible, bajo la dirección del Ministerio de Turismo indica que para alcanzar el desarrollo de la economía en base al turismo sostenible se debe poner en marcha lo siguiente:

1. Mantener un interés de los actores sociales en mejorar la operación del turismo de sol y playa a través de la certificación ambiental de playas y del aumento en la oferta de actividades turísticas de naturaleza.
2. Mantener, revalorizar y divulgar valores culturales.
3. Búsqueda de incentivos que permitan reemplazar actividades extractivas que deterioran el capital natural por turismo sostenible.

4. Articulación y trabajo de gobiernos seccionales para establecer y ejecutar planes de manejo ambiental y manejo de visitantes (en destinos saturados) y de protección de ecosistemas.
5. Necesidad de asegurar financiamiento para áreas protegidas.
6. Planificación, ordenamiento y potenciación de las actividades turísticas que pueden desarrollarse en su interior.
7. Desarrollar indicadores de calidad y sostenibilidad para la operación turística en los destinos de la Costa, especialmente en playas.
8. Necesidad de mejoramiento de la infraestructura y conectividad.
9. Formación y capacitación de recursos humanos.
10. Necesidad de proponer formas de uso alternativo de los productos de sol y playa a través de la potenciación de otras actividades y atractivos turísticos con la finalidad de superar la alta estacionalidad existente y mejorar la capacidad de la comunidad receptora.
11. Promover procesos de asociatividad y cohesión gremial.
12. Las autoridades locales y centrales conjuntamente con el sector privado, deben complementarse y trabajar en función al desarrollo y bienestar de la zona costera. Deben trabajar para mejorar la calidad de vida de las comunidades, esto depende del manejo óptimo de los recursos costeros, el uso del suelo y de mantener la productividad y biodiversidad de esos ecosistemas, orientado a las dinámicas económicas de un turismo sostenible.

Y para esto se debe fortalecer la institucionalidad que le permita asumir el liderazgo en la solución de los problemas ya mencionados, y que logre la participación democrática en los procesos de desarrollo local.

Al encontrar tantos atractivos turísticos en estas localidades y aprovechando de las actividades que se realizan en estas, la población por iniciativa propia realiza acciones de emprendimiento con la finalidad de recibir un rédito que les permita pagar los gastos básicos de vida y desarrollar las actividades de crecimiento, relacionalización y ocio.

Ser parte de la Ruta del Spondylus, es una oportunidad única para los pobladores del sector quienes aprovechan los beneficios que brindan estas playas a través de sus principales atractivos turísticos, para utilizar plenamente los recursos y emprender negocios de acuerdo a las necesidades del sector, la que se realiza principalmente es la de la gastronomía, aprovechando del fruto del mar, como ingrediente principal.

Por lo expresado comprendemos, que el turismo ha sido y siguesiendo el pilar más importante para el crecimiento paulatino en esta ruta, y por ello nos es indispensable reflexionar acerca del proceso de desarrollo y herramientas que se han venido utilizando desde hace varios años para lograr el desarrollo y sobre todo evaluar si este desarrollo es sostenible.

Emprender es un acto que conlleva primeramente la iniciativa de un individuo que invierte recursos y asume un riesgo con el único objetivo de aprovechar una oportunidad que nos brinda el mercado, el cual se desarrolla con esfuerzo y enfrentando diversas oportunidades.

El verdadero deseo de emprender un negocio, definitivamente surge de la crisis, la cual describe perfectamente Albert Einstein en su obra *La Crisis (1932)* "No pretendamos que las cosas cambien, si siempre hacemos lo mismo. La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países, porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los

descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar 'superado'. Quien atribuye a la crisis sus fracasos y penurias, violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones. La verdadera crisis, es la crisis de la incompetencia. Solamente la necesidad logra desarrollar en los seres humanos las capacidades y aptitudes que posee, pues en éstas épocas los emprendimientos suelen ser una salida o una posibilidad de crecimiento.



La Ruta del Spondylus es un sector que si bien ha ido evolucionando favorablemente es un sector donde se ve aún mucha pobreza, los residentes de estas comunas han explotado sus capacidades para salir adelante, es necesario capacitar a los comuneros sobre planes de emprendimiento y cómo manejar sus ingresos para reinvertir parte de sus ganancias en los negocios que han iniciado, pues iniciar planes de emprendimiento es la etapa más fácil del proceso, ya que comienza con las ganas de iniciar un negocio, lo realmente difícil es mantenerse con el plan de emprendimiento.

Para desarrollar este sector se deben establecer las potencialidades de los comuneros para de esta manera establecer los FODAS en cada comuna y transformar las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades, pues en muchas ocasiones la competencia es la causa más común para fracasar en la idea de iniciar un negocio. Las personas que viven en este sector tienen muchos deseos de superación y se dedican a múltiples actividades para sacar adelante a sus familias.

Una ventaja que tienen los comuneros o habitantes de este sector es que cuentan con recursos naturales de fácil aprovechamiento además de contar con excelentes paisajes que permiten a los visitantes gozar de un clima especial, respirar aire sin contaminación y un ambiente de relajación.

### **Conclusiones**

1. Los habitantes de la Ruta Spondylus y el sector empresarial no están preparados para practicar el turismo sostenible, por falta de un plan integral que sociabilice las características, necesidades y compromisos que éste conlleva. Así como tampoco con las obras de infraestructura necesaria para la atención adecuada de los habitantes. Se ha demostrado que es verdadera.

2. Si el turismo, se práctica solamente con un enfoque económico, lo cual sería irresponsable ya que no cuenta



con un plan basado en las características locales, de infraestructuras, sociales-culturales, biológicas y económicas, llevaría a un desbalance ecológico y social.

3. Con la práctica del turismo sostenible, se podrán emplear los beneficios económicos que resulten de esta actividad, y estos serían destinados para mejorar la calidad de vida de toda la población de la región. Es decir, el turismo sostenible sería aquel que preserve el entorno socio-ambiental donde se realice, y este requiere de una gestión especializada con la participación de todos los actores locales y así se llegaría aun desarrollo económico sostenible.

4. La Ruta Spondylus debe promover el turismo sostenible como una actividad económica que pueda planificar de manera cuidadosa, la conservación de sus ecosistemas y el mantenimiento de los servicios ambientales que estos generan y, al mismo tiempo, pueda aportar al bienestar de las poblaciones local y a la sostenibilidad económica de las áreas protegidas.

### **Referencias Bibliográficas**

Benítez D., Hesiquio y Bellot R. Mariana (2004) Biodiversidad: uso, amenazas y conservación. Recuperado de: [http://www.publicaciones.inecc.gob.mx/libros/395/benitez\\_bellot.html](http://www.publicaciones.inecc.gob.mx/libros/395/benitez_bellot.html)

Gerald M. - Baldwin, R. Desarrollo económico. Teoría - historia – política, Madrid, editorial Aguilar, 1969, 4ª edición

Hood Laura (2010) Biodiversidad: hechos y cifras. Recuperado de: <http://www.scidev.net/america-latina/biodiversidad/especial/biodiversidad-hechos-y-cifras.html>

Ministerio de Turismo (2007) Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PlanDETUR 2020” Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Perrone, A., D. Cajiao y M. Burgos (2009) Turismo de naturaleza en la zona marino costera del Ecuador continental. Conservación Internacional Ecuador, Ministerio del Ambiente del Ecuador, Ministerio de Turismo del Ecuador. Guayaquil, Ecuador. Recuperado de [http://cpps.dyndns.info/cpps-docs-web/planacion/docs2011/oct/turismo\\_biodiv/Doc.3.Turismo\\_naturaleza\\_zona\\_marino\\_costera\\_Ecuador\\_continental.pdf](http://cpps.dyndns.info/cpps-docs-web/planacion/docs2011/oct/turismo_biodiv/Doc.3.Turismo_naturaleza_zona_marino_costera_Ecuador_continental.pdf)

# CAPÍTULO VIII

## RESPONSABILIDAD SOCIAL



# La Responsabilidad Social (RS) desde la Mipymes de la ciudad de Guayaquil: Industrias de alimentos y bebidas

**Wilson Cedeño Morán**  
Universidad de Guayaquil  
Wilson.cedenom@ug.edu.ec

**Brígida Quijije Torres**  
Universidad de Guayaquil  
Brigida.quijijet@ug.edu.ec

## Resumen

El presente trabajo permitió conocer las políticas públicas actuales en Ecuador frente a la Responsabilidad Social (RS), además se presentó la percepción de los empresarios de las Mipymes de las industrias de alimentos y bebidas y la sociedad general sobre el tema RS. La investigación empleó revisión documental para el análisis de las diferentes políticas públicas y técnicas estadísticas en la determinación de los resultados (encuesta) de la información obtenida de las empresas y sociedad en general. Como conclusión se señala que el marco normativo y regulatorio del país está asociado a temas ambientales, a los consumidores, legislación laboral y, lógicamente a la comunidad en general; con respecto a las empresas se muestra que existe un desequilibrio entre lo ético y lo económico, iniciativas aisladas de aplicación y existen distintas formas de manifestación sobre RS que están desvinculadas de la estrategia organizacional; y con respecto a la sociedad Guayaquileña todavía existe el desconocimiento del tema.

Palabras claves: Ecuador, Responsabilidad Social (RS), Políticas Públicas, Industrias manufacturera.

## Abstract

The present work allowed us to know the current public policies in Ecuador in front of the RS, in addition to the perception of the MSME entrepreneurs in the food and drink industries and society on the subject of RS. The research employment document review for the analysis of the different public policies and statistical techniques in the determination of the results (survey) of the information obtained from the companies and society in general. As a conclusion, it was pointed out that the regulatory framework and regulatory framework of the country is associated with environmental issues, consumers, labor law, and of course to the community in general; with respect to the companies shows that there is an imbalance between the ethical and the economic, isolated initiatives of implementation, and there are various forms of manifestation on RS that are unrelated to the organizational strategy; and with regard to the Guayaquilena society there is still a lack of.

**Keywords:** Ecuador, Social Responsibility (RS), Public Policies, Manufacturing.

## Introducción

El mundo cambia rápidamente debido a las transformaciones económicas, políticas, sociales y tecnológicas generando un impacto ante la sociedad, hoy en día la globalización le está dando el papel protagónico a las empresas, a la gran multinacional, a las pequeñas y medianas empresas y al colectivo de la sociedad, permitiendo preocuparnos por el desarrollo de las actividades humanas y del medio ambiente a través de la economía.

Los cambios que se origina desde la dinámica entre los mercados y la liberalización del comercio entre países desarrollados y subdesarrollados determina una contracción del poder y de las riquezas, generando aún más problemas ambientales, de pobreza, desigualdades e injusticia social, motivado a los países a buscar alternativas,

como la RS, con la finalidad de obtener relaciones comerciales responsables, que permitan el desarrollo equilibrado en todos los sectores socioeconómicos responsablemente.

Al hablar de responsable, nos referimos a la Responsabilidad Social (RS), Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC), que se refiere a las acciones de las empresas que van más allá de sus obligaciones jurídicas, de sus pasivos éticos con la sociedad y el medio ambiente. En países como Argentina, Chile, y el bloque de la Unión Europea (UE) ya se están impulsando leyes y resoluciones ante esta iniciativa de ser responsables, en los términos mencionados, Ecuador no escapa de esta realidad, se está madurando la implementación de la RSE, siendo una estrategia cada vez más cercana a las empresas, es una herramienta que otorga competitividad y que el Ecuador debe “aprovechar las ventajas inquietantes y dinámicas de las experiencias de los países vecinos que le sirven directamente...”. (Consortio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES), 2010)

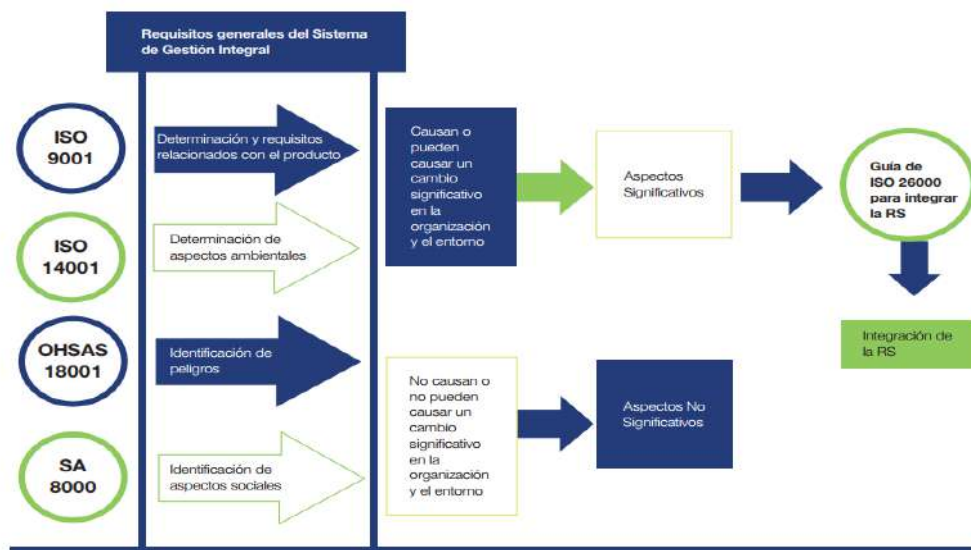
La RSE se impone como un tema dominante en el mundo de los negocios, los diferentes enfoques adoptados por los distintos organismos internacionales públicos y privados actualmente exigen la creación de normas, de la visualización de la RS como algo que deben de hacer las empresas o por el simple hecho de generar una ventaja competitiva.

- En los años veinte del siglo pasado se comenzaron a ejercer acciones inspiradas en la caridad y la beneficencia que llevaron a pensar que, además del altruismo individual, podría considerarse una actitud filantrópica de la empresa como tal.
- En los años treinta durante la gran depresión económica, asimismo después de la segunda guerra mundial se afianzó el debate sobre las relaciones entre empresa y sociedad.
- En 1944 estas apreciaciones alcanzaron una formalización mediante la declaración de Filadelfia en la cual la Organización Internacional del Trabajo (OIT) concretó obligaciones del sector privado de la economía respecto al progreso de la sociedad. En ella se habla de la generación de empleos y del mejoramiento de las condiciones de trabajo como obligaciones, no sólo de las instituciones públicas, sino también de las empresas. Este acuerdo fue suscrito unánimemente por los gobiernos, empresas y sindicatos representados en ese organismo internacional.
- El Pacto Global (PG) se establece en el año 2000 como una iniciativa promovida por Naciones Unidas. Representa un concreto y sedimentado esquema para la conceptualización y aplicación de la responsabilidad social. La adhesión es voluntaria y carece de códigos explícitos y de sistemas de verificación. Así como las Metas del Milenio están dirigidas a los gobiernos, el PG representa la orientación para las organizaciones de la sociedad civil y, muy especialmente, para las empresas. Sus contenidos se apoyan en la Declaración Universal de los Derechos humanos, los principios de la OIT y la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo.
- Las Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), forman parte de la Declaración de la Organización de Inversión Internacional y Empresas Multinacionales; las cuales, a pesar de que son vistas como un código voluntario, buscan que las empresas multinacionales consideren las políticas de los países en que operan, así como los distintos grupos de interés con los que interactúen.
- El Libro Verde de la Comisión Europea (CE) titulado “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” precisa “ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores”. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001)
- La Declaración del Milenio de 2000 fue dirigida a los entes gubernamentales, y reconocen que, “además de

las responsabilidades que todos tenemos el respeto de nuestras sociedades, nos incumbe la responsabilidad colectiva de respetar y defender los principios de la dignidad humana, la igualdad y la equidad en el plano mundial. En nuestra calidad de dirigentes, tenemos, pues, un deber que cumplir respecto de todos los habitantes del planeta, en especial los más vulnerables y, en particular, los niños del mundo, a los que pertenece el futuro”. (Naciones Unidas, 2000)

- Global Reporting Initiative (GRI), fue creada por organizaciones no gubernamentales. Su objetivo es la elaboración de reportes sobre sustentabilidad que sean comparables entre empresas, organizaciones de la sociedad civil e instituciones profesionales. En la actualidad es la guía de mayor uso en las organizaciones. La medición del desempeño considera tres aspectos, económico, ambiental y social. “En octubre de 2016, GRI lanzó los primeros estándares mundiales para reportar la sostenibilidad. Desarrolladas por la Junta de Normas de Sostenibilidad Global (GSSB), las Normas GRI permiten a todas las organizaciones informar públicamente sobre sus impactos económicos, ambientales y sociales - y mostrar cómo contribuyen al desarrollo sostenible” (Global Reporting Initiative, 1997)
- La Norma ISO 26000 fue creada para ser “aplicable para cualquier tipo de Organización, sin importar su estructura, tamaño o ubicación. La Organización Internacional de Normalización ISO y su Norma de Responsabilidad Social 26000, es una iniciativa para estandarizar y codificar el concepto de responsabilidad social para las organizaciones, incluidas las empresas. El objetivo es el promover que las organizaciones que tienen acciones de Responsabilidad Social, vayan más allá del plano legal, sin dejar de cumplir con el mismo, e incluyan, los temas de Responsabilidad Social, en una estrategia integral de toda la organización. El contenido de la Norma se basa en siete aspectos fundamentales: Gobierno Corporativo, Derechos Humanos, Prácticas Laborales, Medio Ambiente, Prácticas Justas de Operación, Consumidores y Comunidad; los cuales promueven la integración a programas de Responsabilidad Social global de la organización” (Revista Ekos negocios, 2011).

**Figura 1.** Norma Iso 26000, (Revista Ekos negocios, 2011)



- La Corporación Financiera Internacional (CFI), miembro del Grupo del Banco Mundial presentó en 2013 los Principios de Ecuador, donde “garantiza que los proyectos para los que prestamos financiación y asesoramiento se llevan a cabo de manera socialmente responsable, y que reflejan la aplicación de prácticas rigurosas de gestión ambiental. Reconocemos la importancia del cambio climático, la biodiversidad y los

derechos humanos, y creemos que, en la medida de lo posible, deben evitarse los efectos negativos en los ecosistemas, las comunidades y el clima afectados por la realización de los proyectos. Cuando dichos impactos sean inevitables, deberán minimizarse, mitigarse y/o compensarse”. (Banco Mundial, 2013)

- En el King IV, 2016, Informe sobre Gobierno Corporativo realizado en Sudáfrica, se basa en la "transparencia" y requiere que las entidades expliquen cómo se aplican los principios por lo tanto, aplicar y explicar“ un buen gobierno corporativo requiere el reconocimiento de que una organización no opera en un vacío, sino que es una parte integral de la sociedad y, por lo tanto, tiene responsabilidad hacia los actores actuales y futuros” (Red de Firmas (PwC), 2016).

Estas perspectivas han ido posicionándose en los diferentes estratos de la sociedad –empresas, universidades, organizaciones sin fines de lucro y gobiernos, para enfatizar el compromiso, favorecer las iniciativas y crear estándares comunes para responder a los retos sociales, además es sumamente útil para extender la tesis neoliberales en reducir el “papel del Estado y las instituciones internacionales y sus regulaciones en determinados ámbitos (el laboral, el medioambiental, etc.). De esta forma, se propone que las (potenciales) regulaciones públicas sean sustituidas por normas privadas de RSE elaboradas por las propias empresas, que se caracterizan por su voluntariedad, unilateralidad y autorregulación (Baylos, 1999; Hernández Zubizarreta et al., 2009; Ireland y Pillay, 2010; Fuchs y Kalfagianni; 2010)” (Mira, 2012).

### **La Responsabilidad Social vista desde Ecuador**

En Ecuador con la Constitución del 2008 se presenta una oportunidad de construir un nuevo régimen de desarrollo las cuales tiene que ver con derechos, garantías sociales, económicas y ambientales y la RS es una teoría ética que tiene responsabilidad con la sociedad, las dos definiciones tiene un rol social como origen y como meta, por tanto el Estado y la empresa deben interrelacionarse y complementarse hacia un nuevo esquema colaborativo entre Estado, sociedad y empresa.

En nuestro país se tiene dos instituciones establecidas, formal y jurídicamente, en impulsar en las prácticas de RS, como el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, más conocido como CERES, y el Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE), establecidas en el 2005, las que tienen como objetivo difundir y apoyar a otras empresas en la práctica de la Responsabilidad Social, así mismo se han realizado varios estudios de RS, como “El Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador – 2012 donde se muestra el panorama de la Responsabilidad Social de empresas en el Ecuador realizando levantamiento de información de 743 instituciones para medir aspectos conceptuales-normativos, metodológicos y prácticos, desde la percepción de los entrevistados” (Lima & López, 2012) llegando a la conclusión que todavía hay un desconocimiento en la sociedad ecuatoriana y una posible desarticulación entre las iniciativas empresariales y el valor real agregado de éstas.

El Servicio de Rentas Internas define a las pymes como “el conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas”, en nuestro país las pymes se enfocan en diferentes tipos de actividades económicas, como son: Comercio al por mayor y al por menor, Agricultura, silvicultura y pesca, Industrias manufactureras, Construcción, Transporte, almacenamiento, y comunicaciones, Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas, Servicios comunales, sociales y personales representado alrededor del 80% de Mipymes, según el ranking de empresas revisado en la Superintendencia de Compañía.

De acuerdo a lo anterior las Pymes aparece como un elemento dinamizador dentro de los sectores productivos de la economía, es decir produciendo bienes y servicios, y para esto genera empleo, innovación y competencia, sin embargo no están exceptas de ser responsable con la sociedad y el medio ambiente, por lo contrario al tener mayor relación con el entorno y aproximación a los clientes deben estar aplicando habitualmente las prácticas de RS aun sin conocer el concepto, “en la economía ecuatoriana se visibiliza tres formas de organización la pública, privada (empresa) y la economía popular y solidaria quienes ejecutaran el “proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que mediante el aprovechamiento de los recursos endógenos existentes en una determinada zona o espacio físico serán capaz de estimular y fomentar el crecimiento económico, crear empleo, renta y riqueza y, sobre todo, mejorar la calidad de vida y bienestar social de la comunidad local”(Pérez Ramírez/Carrillo Benito, 2000, p. 48)” (Quijije & Verzosi, 2017).

No obstante, las mipymes son marginadas porque depende de su ingreso que genera, y no disponen de suficiente capital, amén de los emprendedores que provienen de la creciente demanda de empleo por parte de los jóvenes que no tienen el suficiente conocimiento ni la idea de la RS, para esto el gobierno crea normativas para anclar la acción responsable dentro de la gestión de estas empresas.

En este contexto los objetivos de la investigación se enfocan en identificar y determinar la legislación actual ecuatoriana sobre el tema RS, y recoger información de la percepción de los empresarios de las Mipymes del sector de alimentos y bebidas, la sociedad en general sobre la Responsabilidad Social.

Guayaquil es la ciudad más poblada de Ecuador con 3 millones de personas y tiene 28.619 Mipymes(2015)según la Superintendencia de Compañía, de las cuales el 42% son microempresas, seguidas de las pequeñas (26%), las medianas empresas(10%) y 22% son no definidas, consideradas como herramientas para la sostenibilidad de la economía ecuatoriana, y como el “proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que mediante el aprovechamiento de los recursos endógenos existentes en una determinada zona o espacio físico serán capaz de estimular y fomentar el crecimiento económico, crear empleo, renta y riqueza y, sobre todo, mejorar la calidad de vida y bienestar social de la comunidad local”. (Pérez & Carrillo, 2000, pág. 48)

### **Importancia del problema**

El sector de alimentos y bebidas comprende la transformación de materias primas, “a nivel de evolución, el sector alimenticio ha registrado tasas de variación positivas desde el año 2008 hasta 2015, la tasa de crecimiento promedio anual fue de 3,4% en ese periodo. Estos resultados han llevado a que la participación del sector en el PIB total sea de 6,9%”. (Revista Ekos negocios, 2017)Durante el período 2015 el sector representa el 39% del PIB (US\$4.586 millones hasta septiembre del 2015). Los productos se los clasifica en productos cárnicos y las bebidas representa un 22% y 26%, respectivamente; a estos le siguen los aceites y grasas (9%) y los lácteos (9%).

El sector alimenticio y de bebidas es representado por las Mipymes, empresas que presentan cambios en respuesta al fenómeno de la globalización, para ello están inmersas en la nueva matriz productiva teniendo la oportunidad de acceder a programas de desarrollo con el apoyo de organismos estatales como: MICIP (Ministerio de Industrias y Competitividad), La Subsecretaría de la Micro, Pequeñas y Medianas Industrias y Artesanías, la CAF (Corporación Financiera Nacional), etc., “Las Mipymes son un importante sector de la economía ecuatoriana, en el área urbana emplean aproximadamente al 60% de la PEA ocupada, mientras que la pequeña y mediana empresa emplean al 14.5% y 4.2% respectivamente (INEC , 2009). Para determinar el tamaño de la empresa se utiliza la clasificación de la CAN del año 2008”. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2013, pág. 5)Sin embargo el sector refleja poca aportación de valor añadido y alto nivel de competencia internacional.

El sector de alimentos y bebidas tiene su mirada fija en los mercados en el exterior, la vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea marca “una oportunidad para paliar el pesimismo reinante en el mercado nacional”, según Christian Wahli, presidente Ejecutivo de la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas (Anfab). De acuerdo a datos de Fedexpor a octubre de 2016, las ventas ecuatorianas no petroleras al mercado europeo tuvieron un crecimiento del 3%, con productos alimenticios entre los principales contribuyentes. (Líderes, 2017)

El Estado ecuatoriano también cumple con sus funciones y requerimientos que genera la cultura de RS, “El Estado cumple un papel importante en promover la responsabilidad social junto con los actores empresariales, ellos promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal”. (Constitución, 1998)

El conocimiento de la RS dentro de las empresas ecuatorianas aumenta el interés por el tema, y realizan diversas actividades en este sentido, como el lanzamiento en el 2011 de La Red Ecuatoriana del Pacto Global de las Naciones Unidas, iniciativa voluntaria en la que las empresas se comprometen a alinearse con diez principios en derechos humanos, estándares laborales, medioambiente y anticorrupción, los cuales se alinean con los objetivos de transformación productiva del gobierno.

**Figura 2.** Principios Universales del Pacto Global



**Fuente:** Pacto Global Red Ecuador

Así mismo, la Corporación Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, conocido como CERES señala que desde el 2010, ha tenido un significativo crecimiento en sus actividades en el país, y en la actualidad cuenta con 46 miembros, así mismo se tiene el Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador IRSE quien cuenta con 80 miembros asistidos en los que se encuentran empresas privadas y públicas, fundaciones y centros de educación superior aplicando las prácticas de RS.



Sin embargo, existen estudios que señalan que no hay cifras exactas sobre el avance de este tema en el país, según Hansé(2010) director ejecutivo de CERES resulta que existen muchas empresas que cuentan con procesos de gestión de la RSE avanzados, pero falta mucho por recorrer en términos de sensibilización. En este contexto, (Stiglitz, 2002)señala que “Constituimos una comunidad global y como todas las comunidades debemos de cumplir una serie de reglas para convivir. Estas reglas debe ser –y deben permanecer- equitativas y justas, deben atender a los pobres y a los poderosos y reflejar un sentimiento básico de decencia y justicia social (...) y deben asegurar que escuchan y responden a los deseo y necesidades de los afectados por políticas y decisiones adoptadas en lugares distintos”.

En la actualidad existe un cambio de visión, donde se debe de cumplir responsabilidades simultáneamente (Carroll,1991),entre económicas, ética, legal y filantrópica, sin embargo existe resultados de fallos éticos por parte de todos los que están involucrados en este cambio, y al relacionarlo con el enfoque microeconómico las familias como consumidores y las empresas como productoras son quienes demandan y ofertan el producto en el Mercado; y quien gana en este intercambio es el interés personal.

El egoísmo es el problema de la economía moderna, y éste problema preocupa mucho, por tres razones: en primer lugar, porque hay una parte de la población que no forma parte del sistema económico; segundo lugar porque dentro de los países subdesarrollados el nivel no es uniforme sino que hay muchos grados de pobreza y en tercer lugar las emisiones de dióxido de carbono están aumentando lo que provoca un gran impacto en el medio ambiente.

AmartyaSen (1989) destaca que la economía moderna se ha visto sustancialmente empobrecida a causa del creciente distanciamiento entre ética y economía. La ética está relacionada con los valores y las personas difieren entre sí en cuanto a lo que valoran, es decir, en cuanto a sus intereses y sus necesidades. La economía por su parte, se ha convertido más en una herramienta que analiza los medios, se ha especializado en temas logísticos, de funcionamiento de mercado y el arte de gobernar se ha orientado hacia la técnica. Según Sen de lo que se trata es de encontrar un equilibrio entre ambas, entre ética y economía, para que fines y medios no se confundan (Sen, 1989, pp.22).

La Responsabilidad social se configura y aparece como el necesario antecedente de un nuevo y conveniente contrato social, de una forma de gestionar empresas con base en valores que crean valor, en hombres transformadores que asuman valores y comportamientos éticos. En tal sentido es la nueva forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos económicos, sociales y ambientales del sector empresarial; integrando aspectos de los valores éticos, en las personas, las comunidades y el entorno.

**Figura 3: Modelo de Gestión de la RSE**



**Fuente:** Deloitte, La Responsabilidad Social y el Gobierno Corporativo, 2004

La globalización en su nuevo contexto, hoy demanda una ordenación solidaria y democrática, porque no se puede construir un mundo más justo sobre la ausencia de valores. La crisis de valores ha sido, y es sin duda, una crisis de normas de conducta, de ética empresarial, de valores y derechos humanos. “Si la modernidad supone el vaciamiento de la moral, tal como señala Bauman la posmodernidad ha diluido el concepto de responsabilidad. Si nadie es responsable, ¿qué sentido tiene que lo sea la empresa? La responsabilidad es de las personas, no de las entidades supra personales o de cualquier modelo de asociación, por encima y al margen de los particulares”. (Murillo & Arnau, Ética, Economía y Empresa, 2007)

### **Metodología**

Las unidades de análisis son las políticas públicas ecuatorianas sobre el tema de RS, la sociedad en general y las empresas de alimentos y bebidas ubicadas en la ciudad de Guayaquil que manifiestan considerar en sus acciones requerimientos e intereses no sólo de sus propietarios sino también de otros grupos de interesados. Se han encuestado 70 personas en general, la edad promedio es de 31 años y tomando como base el listado de las Mipymes del 2015 de la Superintendencia de Compañía se encuestaron 67 empresas, la antigüedad de estas organizaciones oscilan desde 1939 hasta 2016, se tiene 8 microempresas, 37 pequeñas y 22 medianas empresas. La recolección de datos se realizó por medio de encuestas con los responsables o encargados de las empresas, el análisis de los datos sobre RS se hizo inmediatamente después de recolectados y organizada la información que emergieron a través del análisis cualitativo y cuantitativo.

### **Resultados**

En la última década del siglo pasado la RS se convierte en el tema central de la agenda corporativa y se avanza en el tema más allá del cumplimiento de la ley. Según C.A. Bernal (2000) considera que las organizaciones fundamentadas en el conocimiento de la ética, en valores son la que lograrán sobrevivir, cuando adopten una estrategia ética-moral serán más y muy eficientemente competitivas y esto debe ser muy claro para el empresario, directivo y demás personas relacionadas con las organizaciones.

En este contexto el rol del Estado se define por el servicio de las personas, impulsa y vela por un comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad y reconoce el derecho a la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado. Sus políticas de impulso a la RS se muestran a través del fortalecimiento de su rol fiscalizador para garantizar el cumplimiento de la legislación; garantizando un sueldo digno, los derechos de la naturaleza, los derechos de la justicia; y así suma y sigue.

En este apartado nos enfocaremos en las disposiciones de la legislación ecuatoriana sobre las cuales se fundamenta dicha responsabilidad las que son transversales en varios ámbitos a la Constitución:

#### **Ley de seguridad Pública y del Estado**

Regula la seguridad integral del Estado democrático de derechos y justicia; garantiza el orden público, la convivencia, la paz y el buen vivir, en el marco de sus derechos y deberes como personas naturales y jurídicas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivo, asegurando la defensa nacional, con la prevención de los riesgos y amenazas de todo orden, mediante un sistema de Seguridad Pública y del Estado.

Existen otras normas adicionales que de igual forma contemplan obligaciones y parámetros en esta materia; entre ellas podemos mencionar: Ley del Régimen Provincial, Ley del Régimen Municipal ; las obras de inversión

públicas, privadas y mixtas; Ley de Hidrocarburos, ley de Minería, Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y de Vida Silvestre, Ley Orgánica de Empresas Públicas, Ley Orgánica de Transparencia y Administración de la Información Pública, Ley Orgánica del Servicio Público, Ley Orgánica de Educación Intercultural, Ley de la Economía Popular y Solidaria, Ley del Anciano, Ley Orgánica de Educación Superior, Ley del Régimen Municipal, Ley de Régimen Provincial, Ley del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, Código del Trabajo, Ordenanza Municipal de Quito, No. 333

### **La responsabilidad social de la Mipymes del sector Alimentos y bebidas**

Desde el punto de vistas de las Mipymes, estas organizaciones siempre han sido el motor de la economía con capacidad de producir bienes y servicios, generar fuentes de empleo, innovar, entre otras actividades. Ahora desarrollan sus actividades en este entorno cambiante donde tiene que someterse a nuevos códigos de comportamiento y conducta ante la sociedad. Nadie se hubiera imaginado que en la actualidad hombres y mujeres que dirigen las empresas debieran preocuparse no solo de los clientes, inversionistas y personal sino además del entorno.

El rol de la administración pública en la implementación de la RS tiene un papel activo en todos los niveles públicos, como ente regulador promueve una forma de gestión más responsable con la sociedad y el medioambiente fomentando que las empresas atiendan y prioricen iniciativas de RS, en este contexto, los programas de fomento para las Mipymesde alimentos y bebidas son los siguientes:

- Los Sellos Hace Bien y Hace Mejor, iniciativa para reconocer a las empresas ecuatorianas comprometidas con el cumplimiento de las 4 Éticas Empresariales (Ética con los Trabajadores, Ética con la Comunidad, Ética con el Estado y Ética con el Medio Ambiente) sellos que constituyen un reconocimiento a la responsabilidad social de las compañías promulgado en el Código de la Producción, Art. 59 y, dirigido por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad presentó. Guísela Montalvo, directora del proyecto señaló “que en el país el 70% de los empresarios conoce de ese tema, pero solo el 30% sabe de ciertas herramientas para cumplir”. (El Telégrafo, 2011)
- Así mismo en el 2016 se implementó por el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) la certificación "Mi primer sello de calidad" para las Mipymes, según César Díaz, director ejecutivo señala se debe “cumplir 10 requisitos relacionados con los contratos de trabajos legalizados, capacitación para sus empleados, evaluación del desempeño del personal, detalles de ingresos y gastos, capacitación a proveedores, atención positiva a clientes, seguridad y salud ocupacional, la no contratación a menores de edad, aspectos ambientales y de responsabilidad social. Se incluyen dentro de ellos a la innovación y el emprendimiento como componentes estratégicos, destacó”. (El Universo, 2016)
- El Reglamento Sanitario de etiquetado nutricional tipo semáforo el que “rige desde el 2014 para todos los alimentos procesados de consume humano y tiene como propósito reducir la obesidad y sobrepeso. Mediante los colores verde, amarillo y rojo, indica si el alimento es bajo, medio o alto, en su contenido de grasas, azúcares y sal. El semáforo logró “crear conciencia en cuanto a la salud” y llevó a los consumidores a buscar productos ‘light’, con menos cantidad de azúcar”. (Líderes, 2016).

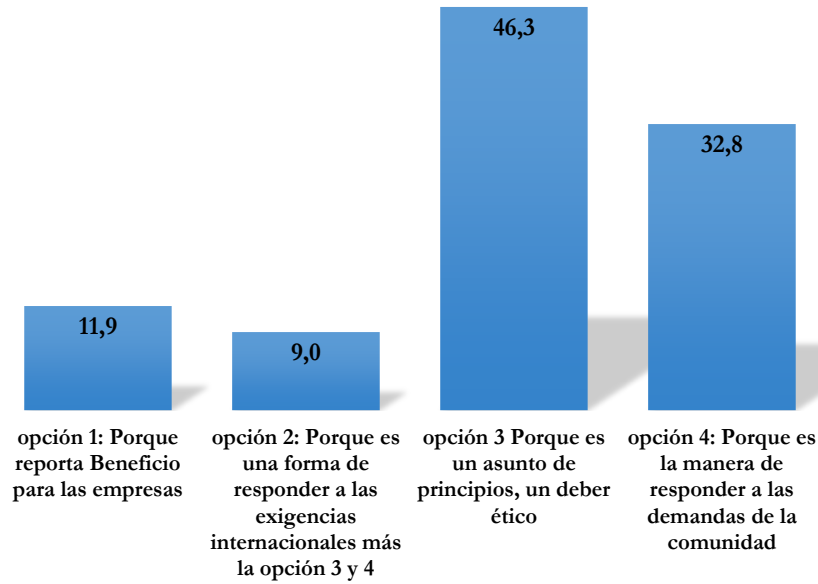
También se tiene empresas internacionales establecidas en el país que brindan sus servicios de inspección, verificación, ensayos y certificación, una de ellas es Systems&ServicesCertification (SGS del Ecuador), Alberto Carrión, ejecutivo de esta empresa señala que “las empresas pequeñas todavía no están acostumbradas a buscar certificaciones. En SGS, alrededor de 200 pymes han obtenido un sello ISO 9001, de estas, unas 100 son empresas de Quito y 50 de Guayaquil; el resto proviene de otras ciudades del país. La ISO 9001 certifica los sistemas de gestión de la calidad en los procesos productivos, otras certificaciones en las que se empiezan a fijar

los microempresarios son la ISO 14001, para la gestión ambiental de la empresa; y la Ohsas, vinculada con la seguridad y salud ocupacional”. (Líderes, 2014)

#### **Presentación de los resultados de la encuesta a las Mipymes**

- Las características de las empresas encuestadas del sector de alimentos y bebidas es uno de los sectores de mayor importancia dentro de la estructura productiva, según “Christian Wahli, presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas, afirma que el segmento involucra a diversos actores y emplea a 252.945 personas”. (Vistazo, 2016) Las organizaciones encuestadas han permanecido en el Mercado entre 5 y más de 46 años, clasificando las empresas por antigüedad se tiene que el 19% tiene menos de 5 años en el mercado, el 13% tiene entre 10 y 15 años, otro 29% ha permanecido en el mercado entre 16 y 45 años, un 14% ha logrado subsistir por más de 46 años. Estos datos muestran que las empresas han logrado competir en el entorno adecuadamente, reflejando un nivel de consolidación como sector.
- Las 67 empresas encuestadas señalan que tienen conocimiento de RS, la implementación de esta forma de gestión vienen dándose desde los años 70 como Pronaca (1977) quien tiene su “fundación donde desarrolla centros educativos para la formación de colaboradores de la empresa que no han culminado sus estudios de primaria y secundaria” (El Universo, 2015), también se tiene a Chivería (1980) y las franquicias como Burger King, Wendy’s, Pizza hut.
- La RS requiere importancia en la medida que pueda ser integrada a la gestión empresarial, en tal razón los tópicos de la RS (ética, medio ambiente, marketing responsable, compromiso con la comunidad y calidad de vida laboral) explican su presencia en toda la actividad de la empresa, para esto las 67 empresas señalaron que la ética y el medio ambiente son los más importantes (49%), por el grado de exigencia proveniente de algunos de los stakeholders, seguido por el compromiso con la comunidad (22%), el marketing responsable (11%), y la calidad de la vida laboral (18%).
- De las 67 empresas 55% tienen su visión y misión declarada sobre RS, su ámbitos en que se desempeñan se relaciona con su proveedor y/o cliente como se muestra en la figura 2, la forma de implementación y visibilidad que realizan las empresa en RS señalan que el 46% realizan acciones sociales o ambientales aisladas, campañas de protección al medio ambiente, de ahorro de agua o energía, relaciones comunitarias, apoyo social etc., el 29% combinan la filantropía con el voluntariado el 15% corresponde al voluntariado y el 12% tienen fundaciones.

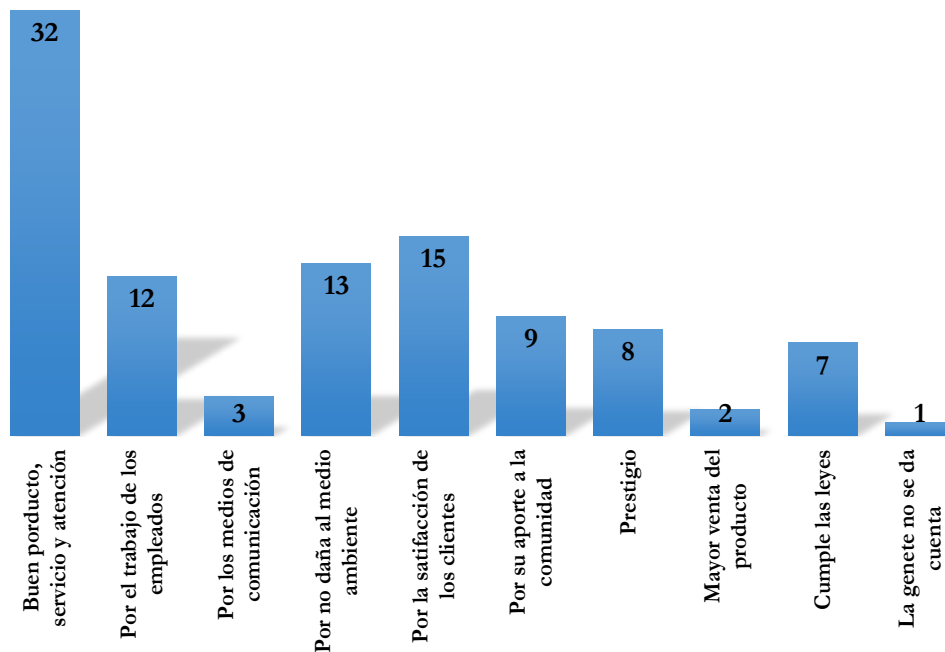
**Figura 4.** Ámbito de RS que desempeñan las empresas (En porcentaje)



Fuente y Elaboración: los autores

- ¿Cuál es la principal razón para que una empresa sea socialmente responsable? El 46% respondió porque es un asunto de principio y deber ético, el 33% porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad, el 12% porque reporta beneficio para la empresa y el 9% agrupó las opciones (3 y 4), porque es una forma de responder a las exigencias internacionales, porque es un asunto de principio y deber ético y porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad, Figura 3.

Figura 5. Principales razones para que una empresa sea socialmente responsable (En porcentaje)

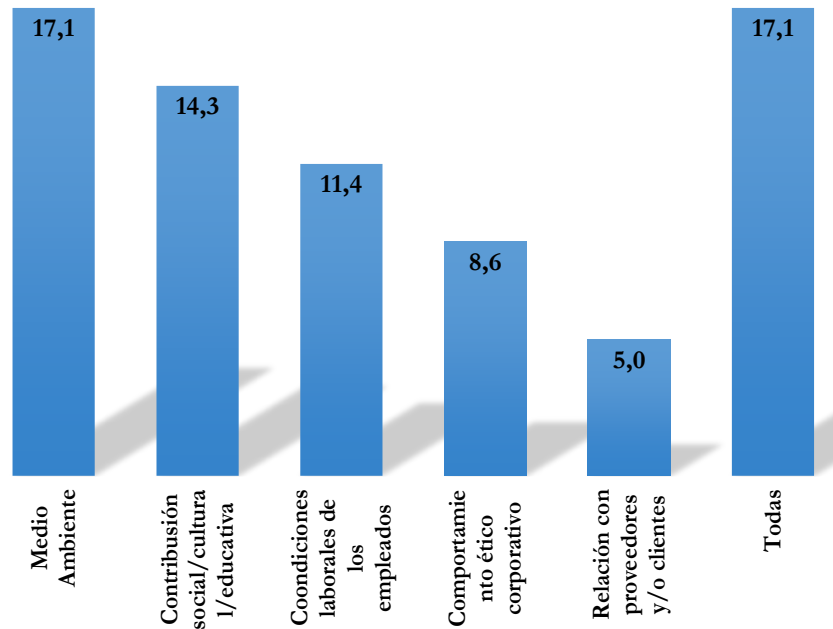


Fuente y elaboración: los autores

- Se les preguntó si existe alguna diferencia en los resultados de sus empresas antes de ser socialmente

responsable, el 69% señalaron que sí, se muestra en la fidelidad de los clientes (27%), en que mejoró la imagen y la reputación de la empresa (21%), tuvo mayor compromiso y productividad de sus trabajadores (21%), obtuvo mayor rentabilidad(18%) y mejoró la relaciones con la comunidad (13%), y como cree que la gente se dé cuenta si la empresa es o no socialmente responsable, se muestra en la figura 4.

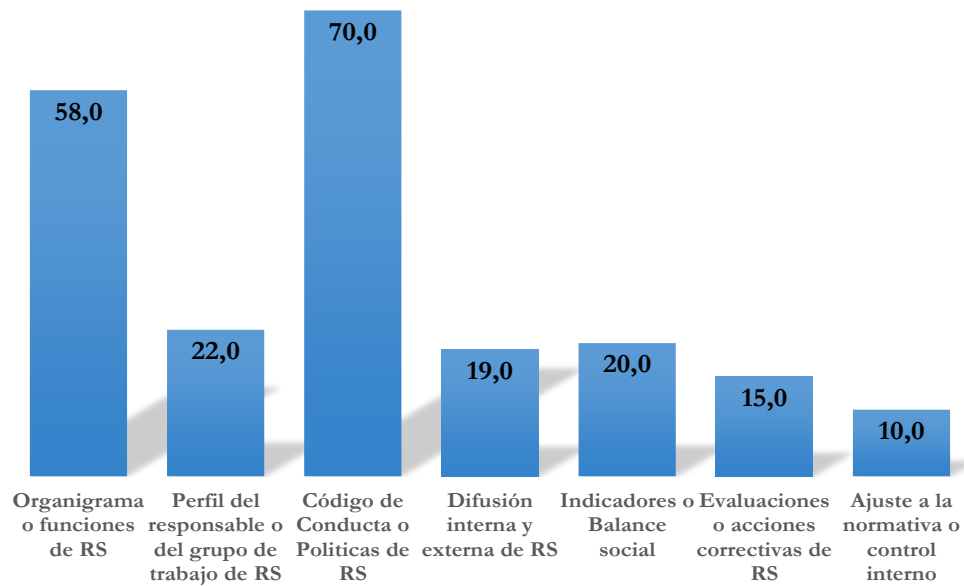
**Figura 6.** Cómo la gente se da cuenta si la empresa es o no socialmente responsable (En porcentaje)



**Fuente y elaboración:** la Autora

- El 98% de las empresas señalan que tienen definidos sus valores en forma específica, en el interior de las empresas se vive el compromiso de trabajar con honestidad, solidaridad, servicio de calidad, es un compromiso que las empresas forman parte de sus estrategias, para esto los trabajadores deben formar parte voluntaria en acatar y compartir los valores definidos por la empresa.
- Aunque el interés de las empresas por aplicar la RS la consideran relevante y cada vez más aumenta esta iniciativa, la preocupación va en la forma en que la están implementando, y se revela por los requisitos que debe de cumplir, figura 5.

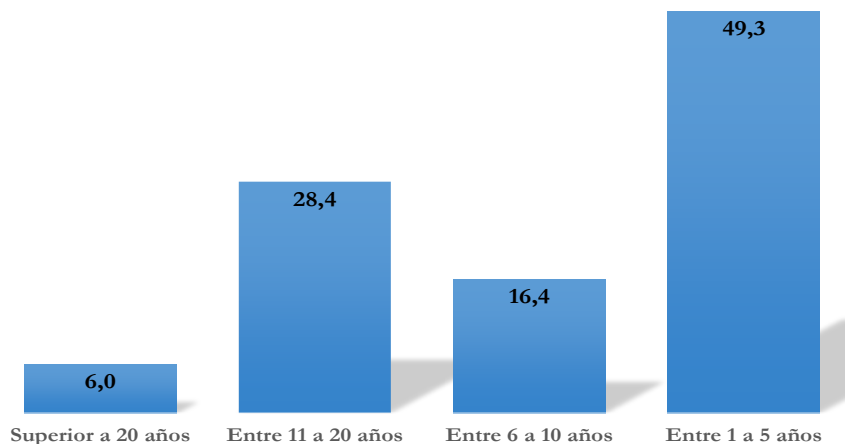
**Figura 7.** La empresa dispone de modelo de gestión de RS (En porcentaje)



Fuente y elaboración: la Autora

- Al interior de la empresa existe convenios de igualdad entre hombre y mujeres y conciliación de vida familiar y laboral, la respuesta fue que sí, 60% y 48% en el orden de las opciones respectivamente, entre las conciliaciones se tiene la flexibilidad para realizar días de permiso (56%), seguido del servicio de guardería (20%), flexibilidad de la hora en entrada (16%) y cambio de turno de trabajo (8%).
- El perfil de los participantes en proporcionar la información fueron 49% Mujeres y 51% hombres, la edad promedio fue de 33 años, el 70% tiene estudios universitarios, la antigüedad de años de trabajo en la empresa se muestra en la figura 6, los encargados de dar la información el 18% son responsable del departamento de RS. El resto de informante fue dada por directivos y mando medio (69%) y personal productivo (31%).

Figura 8. Años de trabajo en las empresas (En porcentaje)



Fuente y elaboración: la Autora

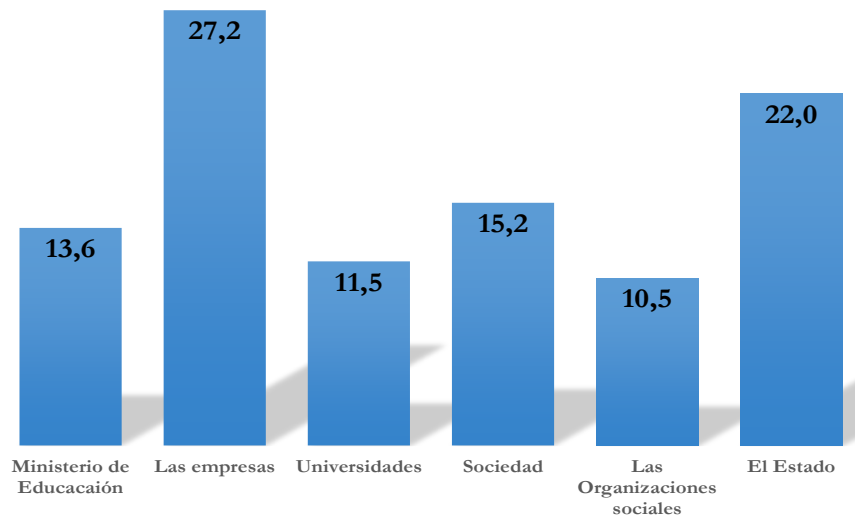
### Presentación de los resultados de la encuesta a la Sociedad en general

- Las características de las personas encuestadas tienen en promedio 31 años de edad, 38 fueron mujeres y 32

hombres, el 94% trabajan y el 6% son amas de casa.

- El 79% de los encuestados han escuchado hablar sobre RS.
- “La responsabilidad social corporativa de la empresa debe buscar lograr un beneficio, obedecer la ley, ser ética, y ser un buen ciudadano corporativo” (Duque, Cardona, & Jaime, 2013) en este contexto se le preguntó sobre los tópicos de la RS (ética, medio ambiente, calidad laboral, comunidad y marketing responsable) según su criterio cuál de ellas tiene el grado más alto de importancia, contestando la ética (23%), el medio ambiente (22%) y la calidad labora (22%) son los más importantes, seguido del compromiso con la comunidad (21%) y el marketing responsable (12%).
- Los guayaquileños han considerado castigar (52%) a las empresas por No ser socialmente responsable. “Según Kohlberg (1981), los seres humanos van evolucionando moralmente en el trascurso de su vida, aunque no todos evolucionan en su razonamiento moral de igual manera, ni todos llegan a etapas de edad avanzadas exhibiendo el mismo nivel de desarrollo moral”. (Arredondo, Maldonado, & De la Garza, 2011).
- La RS es una idea que se ha posicionado en los diferentes estratos de la sociedad –empresas, universidades, organizaciones sin fines de lucro y gobiernos-, y lo confirman los guayaquileños en la figura 7, en quien debería realizar RS.

**Figura 9.** Quienes deben realizar RS (En porcentaje)



**Fuente y elaboración:** la Autora

- Ud. cree que el Estado debería ser responsable de regular la RS de las empresas, el 89% señalaron que sí, a la sociedad le preocupan los impactos que generan las actividades que realizan las empresas sobre el medio ambiente y las posibles medidas minimizadoras que pueden llevar a cabo sin el control del Estado.
- Cree Ud. que las empresas deben publicar sus acciones, el 89% de los encuestados señalaron que las empresas deben publicar sus acciones socialmente responsables para mostrar su desempeño y compromiso ético explicando el desempeño social, ambiental y económico a todos los grupos de interés.



- La respuesta anterior está relacionada con esta pregunta, mencione tres empresas que a su parecer sean socialmente responsable, el 84% de los encuestados mencionaron a la Coca Cola, Nestlé, Confiteca, empresas que tienen más de 30 años en el Mercado y el 26% nombró empresas fuera de la zona de alimentos como el Banco Guayaquil, Citibank, Movistar, Claro, lo común en estas empresas es que todas estas organizaciones publican sus informes y acciones de la RS de sus empresas.

## Discusión

La responsabilidad social, también conocidas responsabilidad social empresarial, responsabilidad corporativa y responsabilidad social corporativa nos lleva a varias definiciones o formas de ver la RSE que difieren conforme la entidad, el organismo o la empresa trate el tema, “según el Observatorio de Responsabilidad Social de España, el término que se acordó desde 2007 para denominar las prácticas socialmente responsables fue: “Responsabilidad Social de las Empresas”, tras un amplio y largo debate con diversos actores de referencia, que se decidieron por este término después de una mayoría votar por ello. Lo mismo ocurrió para las formas de rendición de cuentas de lo social, cuyas denominaciones “informe social” o “informe de Responsabilidad Social” fueron las que más recibieron mayor acogida” (Lima & López, 2012).

Desde la conceptualización de la ISO26000 “la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que es consistente con el desarrollo sustentable y el bienestar de la sociedad; toma en cuenta las expectativas de los Stakeholders; cumple con las leyes aplicables y es consistente con las normas internacionales de comportamiento y está integrado a través de toda la organización” (Lima & López, 2012). En este contexto nos lleva a tener un enfoque participativo llevándonos a cumplir obligaciones legales, asumir un compromiso bajo los principios de Pacto Global los que deben ser transversales a la gestión de las empresas.

Como se puede percibir, a partir de lo anteriormente expuesto, la RS se convierte en un enfoque estratégico de diferenciación y competitividad, en Ecuador la normativa de RS fue emprendida en la Constitución del 2008, en la que asume un rol fiscalizador para garantizar el cumplimiento de la legislación como un sueldo digno, garantizando los derechos de la naturaleza, promocionando la transparencia de la información, prácticas anticorrupción, garantizando los derechos de la justicia; como de la igualdad entre hombres y mujeres en el sector laboral. Además impulsa y vela por un comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad y reconoce el derecho a la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado en este contexto el Estado recobra el protagonismo en sus funciones fundamentales para modificar las relaciones sociales y económicas.

Sin embargo, el Estado no es el único actor en contribuir al desarrollo económico sostenible y mejorar la calidad de vida, “se hace necesario que la responsabilidad social pase a manos distintas que generen nuevas dinámicas con métodos y aproximaciones diferentes. Tal y como lo y Blanton (2006), los esfuerzos conjuntos están en constante conflicto con lo que se debe hacer y lo que no se debe hacer”. (Agudelo de Bedout, 2008)

En este contexto, las empresas deben hacerse presente en esta nueva gestión que es impuesta por la globalización, donde se exige una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos económicos, sociales y ambientales; integrando aspectos de valores éticos, en las personas, las comunidades y el entorno. Se muestra incompatibilidad entre lo ético y la empresa sin embargo la dinámica de las Mipymes en el mercado ejecuta un carácter social como amortiguador del problema del desempleo aunque su aportación al pib /ventas es menor pero es relevante.

Por otra parte, en el mercado no existe la RS, tampoco tiene la capacidad de proveer servicios públicos, sin embargo, “el mecanismo de la mano invisible no elimina la dimensión moral del individuo. Al contrario, tenemos un deber moral hacia la comunidad sin el cual no podría existir crecimiento económico alguno, Smith”. (Murillo, Rescatar la economía económica de Adam Smith, 2007)

Las empresas ecuatorianas en este caso las Mipymes muestran que están trabajando en el papel de la RS (ISO 26000) pero solo es el 17% de ellas (de las empresas encuestadas), y que esta nueva gestión empresarial les mejora su rentabilidad a largo plazo como su imagen corporativa, descartando los criterios de los economistas como “Hayek, Leavitt, Robbins y Friedman, quienes sostienen que la única función de las empresas es la actividad económica y que es un peligro asignarle a la empresa otras responsabilidades ya que disminuirá su competitividad” (López, Contreras, & Rubén, 2011).

El 83% restantes de Mipymes de alimentos y bebidas realizan acciones que reflejan prácticas de RS desde tiempo atrás en sus organizaciones a pesar de desconocer el propio concepto de RS, también muestran una “fuerte incidencia en el desarrollo de la ‘filantropía’, impulsada voluntariamente por las empresas a través de donaciones (tanto financieras como no financieras) orientadas a instituciones de beneficencia y obras sociales tanto religiosas como laicas. En cualquier caso, conviene subrayar que estas actividades filantrópicas tienen un carácter informal, sin relación con la estrategia de las empresas ni con un marco de ideas precisas, lo que no significa que las actividades realizadas fueran escasas o inexistentes”. (Vives, Corral, & Isusi, 2005)

Las organizaciones al interior de la empresa cuenta con diversos aspectos relacionadas a la RS como formación, participación, conciliación trabajo-familia, igualdad, pero esto se debe a las normativas impuesta por el Estado, en este contexto las empresas no tiene una iniciativa propia, la comunidad o sociedad en general (89%) advierte que el Estado debe regular la RS por que las empresas no contribuyen por sí sola, pero el Estado no se alcanza a cubrir las necesidades de la población, requiere de la iniciativa privada para salidas exitosas a los problemas para aliviar al sector público.

## **Conclusión**

La RSE es un requisito para poder ingresar a ciertos mercados - Unión Europea- debido a que los consumidores cada vez son más conscientes del poder que tienen en sus manos a la hora de elegir que comprar, en este contexto las normativas ecuatorianas tiene un rol social como origen y como meta, llevando a las empresas a interrelacionarse y complementarse hacia un nuevo esquema colaborativo entre Estado, sociedad y empresa.

Existe la normativas que regula cierta dimensiones de RS como la ley de gestión medioambiental, la ley de control de mercado, la Ley de discapacidad y otras que se encuentran arriba mencionadas, las regulaciones están dispersas en la legislación nacional no obstante el marco jurídico del Estado no son condiciones únicas para las prácticas de RS.

Las Mipymes de alimentos y bebidas ecuatorianas consideran que se comportan de manera responsable como parte de su estrategia, sin embargo no cuentas con el modelo de gestión de RS en su estructura organizacional, la barrera que enfrenta la organización para lograr cumplir con los requisitos para ser socialmente responsable es la poca claridad que los directivos tienen sobre el concepto de RS.

Las Mipymes con antigüedad en el mercado gozan de mayor tolerancia por parte de los clientes porque tienen

una imagen positiva ante la sociedad, los encuestados señalan que la inversión en RS no genera beneficios en el corto plazo, y algunos de ellos no son tan explícitos o tangibles, sobre todo si no se desarrolla la función de evaluación de impactos de estrategias de RS.

Las empresas advierten que son un motor de la economía, y están percatándose que son consideradas como una institución social con responsabilidades y que necesitan implementar iniciativas para proponer actividades que establezcan compromisos con la sociedad y el medioambiente, porque así lo exige la globalización en este contexto la empresa que no cumpla las exigencias del mercado no permanecerá en él.

Con respecto a la sociedad en general todavía no tiene una idea clara de la RS, por ello su presión hacia las empresas es todavía escasa.

### Referencias bibliográficas

- UTMACH. (2015). Retrieved from <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/>
- World Trade Organization. (2017). Retrieved from [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)
- Agudelo de Bedout, S. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde Colombia. *Revista de negocios Internacionales*, 2(1), 3-11.
- Allen, D. (2006). Comemos combustibles fósiles. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*.
- Alvarez, G. (1992). El Constructo "Clima Organizacional": Concepto, teorías, Acciones Investigación y Resultados Relevantes. *Interamericana de Psicología Ocupacional*.
- Ancona, M., Camacho, M., & Garcia-muñoz, C. (2012). Motivación laboral en empleados administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. *Revista internacinal de administración y finanzas*, 121-134.
- Andrews, K. (1977). El concepto de estrategia en la empresa. Pamplona. Pamplona: Ed Universidad de Navarra.
- Angulo, S. (2017, abril 5). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. *El Comercio*.
- Anónimo. (2016, junio 16). Diario El Telegrafo - Economía. Retrieved from MAs de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por-presunta-estafa-masiva>
- Ansoff, H. (1976). *La estrategia de la empresa*. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra.
- Ansón Lapeña, J. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez, V. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Apuy, L. (2008). Factores del Clima Organizacional que influyen en la Satisfacción Laboral del Personal de Enfermería, en el Servicio de Emergencias del Hospital San Rafael de Alajuela, Junio- Noviembre 2008. San José, Costa Rica.
- Araujo, A., & Tapia, E. (2015). Economic Problems that Officials and Analysts are Worried About. *El Comercio*, 1.
- Araujo, J. A. (2007). Rendimiento empresarial. *Mediterraneo Economico*, I(11), 60.
- Arias . (2006). *La investigación documental*.
- Arredondo, F., Maldonado, V., & De la Garza, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, Actitudes ante edad y género. *Scielo*, 24(43), 285.305.
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión* 2004; vol. 5(17), 23-29.
- Asamblea Constituyente. (2014). Código Orgánico Monetario y Financiero. Quito: Lexis.
- Asamblea Nacional. (2014). Ley Orgánica de Discapacidades. Quito.
- Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Lexis.
- Asamblea Constituyente. (2009). Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera. Quito: Lexis.

Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. (2012). Reservas mundiales. España: CEIDA.

Awad, G., & Valencia, A. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. *Reflexión Política*, 80-89.

Aybar Arias, C., Casino Martínez, A., & López Gracia, J. (2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30121108>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la Responsabilidad Social Empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: Comunicado de Prensa.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional. Retrieved from Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>

Banco Mundial. (2013). Los principios de Ecuador. Estados Unidos: [http://www.equator-principles.com/resources/equator\\_principles\\_spanish\\_2013.pdf](http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_spanish_2013.pdf).

Barranco Saiz, F. J. (2010). *Marketing Político*. Madrid: ESIC Editorial.

Barrientos Felipa, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. *Semestre Económico*, 122-123.

BCE / INEC / Medios de Comunicación. (2017, marzo 09). Diario El Telégrafo. Retrieved from La quiebra de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quiebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas-costaron-usd-8-600-millones>

BCE. (2017). Banco Central del Ecuador. Retrieved from Preguntas Frecuentes / Fondos de liquidez: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/ServiciosBCentral/FondoLiquidez/preguntasFrecuentes.pdf>

Bernal, C. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.

Boada, J. V., & Arguello, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicósomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema, Revista Anual de Psicología*, 125-131.

Bonilla, L. (2011, Mayo 29). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *El Observador Económico*.

Bosma, N., & Amorós, J. E. (2013). *Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe*. Concepción, Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. Retrieved from <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>

Bouhali, R. (2015). *Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning*.

Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. (2007). *Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe*. México: Teoría y Praxis.

Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J. (2007). *Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid.

Bustamante, J. (2013). *Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas, Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013*. Retrieved from <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TESIS%20COMPLETA.pdf>

Cabrera M. (2013). *El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador*. Quito, Ecuador: tesis de grado Universidad San Francisco De Quito.

Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros. (2013). *Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos Escambray*. Santiago, Chile.: Editorial Edicasa.

Caligiore, I., & Diaz, J. (2003). *lima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio*. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 8. N° 24, 60-64.

Campos, G. (2003). *Implicaciones del Concepto de Empleabilidad*. *Revista Iberoamericana de Educación* (ISSN: 1681-5653).

- Canals, A. (2003). Universitat Oberta de Catalunya. Retrieved from La gestión del conocimiento: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>
- Castro Martínez, L. (2012). El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama. *Norteamericana*, 14.
- CEAACES. (2015). La gestión e proyectos en las IES. Guayaquil: Gobierno.
- Cevallos, P. (2010, Enero 10). Primary education is practically universalized according to Ecuadorian government. *EFE News Service*, p. 1.
- Chaparro, L. (2006). Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas públicas y privadas). *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 7-32.
- Chiang, M., Botelo, M., & Huerta, P. N. (2008). Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas) Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos. *Revista Universum* N: 23 Vol.2, 66-85.
- Cibrán Ferraz, P., Prado Román, C., Crespo Cibrán, M., & Huerte Galbán, C. (2013). *Planificación Financiera*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- CIRFS. (2017, 08 02). Retrieved from European Man-Made Fibres Association : <http://www.cirfs.org/>
- Clark, C. (1940). *Las condiciones del progreso económico*.
- Clement Norris & Pool Jhon. (1982). *Economía: Enfoque América Latina*. México: McGraw-Hill, Pág. 13.
- Clerc, I. (2012). *Introducción a las condiciones del trabajo*. OIT. 346 p. Ginebra.
- COMEX. (2015). *Importaciones - Evolución*.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde*. Bruselas: Comisión Europea.
- Consejo Nacional de Educación. (2006). *Plan Decenal de Educación*. Quito.
- Consortio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES). (2010). Quito.
- Constitución. (1998). Art. 306. Quito.
- Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2015). El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas. Retrieved from Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>
- Coviello, M. (2003). *Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P. (2010). *UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA.* . Loja, Loja, Ecuador: : Universidad Nacional de Loja.
- De la Torre, A. (2013). *América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad*. Retrieved from *Artículos del Banco Mundial*: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>
- Definiciones de desarrollo. (2012). *Definiciones de desarrollo*. Retrieved Julio 2017, from *Definiciones de desarrollo*: <http://www.definicion.org>
- Diario Expreso. (2015, Abril 15). Ecuador es un ejemplo en Bachillerato Internacional.
- Díaz, M. (2001). Rendimiento. *GpSerrano*, I(32), 100.
- Díaz, R. (2011). *Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo Popular Caracas utilizando métodos prospectivos*. Cuba: Tesis de Maestría, Universidad de Cienfuegos.
- Diccionario de la lengua española. (2015). Real Academia Española. Retrieved from Real Academia Española: <http://dle.rae.es>
- Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). *Macroeconomía*. Décima edición. México: McGraw-Hill Irwin.
- Duque, Y., Cardona, M., & Jaime, R. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y*

certificaciones. Scielo, 29(50).

Economía y Finanzas internacionales . (2017, Junio 13). Retrieved from <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecualiquidados S.A. (2017). Misión. Guayaquil: <http://ecualiquidados.com.ec>.

Edwards, S., & Rodriguez, A. (2008). Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes. Quito, Ecuador: Conservación Internacional.

EFE. (2005, Septiembre 16). Palacio asegura haber incorporado los Objetivos de Desarrollo del Milenio. La Hora Nacional.

El Telégrafo. (2011, Noviembre 5). “Hace bien, hace mejor”, sello estatal a la excelencia.

El Telégrafo. (2017). Sector y empleo informales en Ecuador. Retrieved from El Telégrafo : <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El Universo. (2004, septiembre 16). La educación, desde que EL UNIVERSO es testigo. EL UNIVERSO.

El Universo. (2015, Febrero 15). Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de RSE.

El Universo. (2016, Mayo 24). INEN implementará Mi primer sello de calidad para Mipymes.

Elizondo , A. (2002). Metodología de la investigación contable. México: International Thomson Editores S.A.

Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Retrieved from Emprende pon a andar tus ideas: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>

Eslava, E. (2015). Education in Latin America: Challenges and opportunities for philosophy in the region. Universitas Philosophica Vol. 32, 223-243.

ESPAC. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano Ecuador. INEC. Retrieved from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

España , D., & Rivera , E. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. Papel Político, 1-42.

España Espinoza, D. A., & Rivera Aya, E. N. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. Redalyc, 17(1), 23.

Espinel, L. (2006). condiciones de rendimiento. Dialnet, I(30), 86.

Espinosa Andrade, A. (2015). Educational Statistics, Indicators' Report, Vol. 1, March 2015. Quito: Ministerio de Educación.

Esteban, G. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. Dialnet, I(28), 55.

Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., Jiménez Naranjo, H. V., & Hernández Mogollón, R. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Madrid. España. Portal Universia S.A. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>

Fernández, A., & Emandez, A. (1986). EK DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA, NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANALISIS. Madrid.

Ferrari, L. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. Revista Mexicana de Física, 36-43.

Figueiredo, A. (1993). El modelo del conflicto y la Teoría de Juegos. Fundamentos Económicos, 319.

FLACSO Ecuador y MIPRO . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Retrieved from <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>

Freile, C. (2015, marzo). Para el Aula. Retrieved abril 21, 2017, from [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29)

- Fuertes, M. O. (2005). Practicas de emprendimiento. Dialnet, I(15), 259.
- Ganga, F, Piñones, M., & Saavedra, L. (2015). Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. FENOpinaonline.
- Garabiza, B. (2015, septiembre). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Economía.
- Garcia Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. ESPOL Technological Journal, 2-45.
- García, A. (2009, julio). Eumed.net. Retrieved from El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>
- García, E. (2007). Influencia de las industrias en el Rendimiento. Dialnet, I(41), 180.
- García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). ESTADÍSTICA EMPRESARIAL. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.
- Garcia, M. (2009). Clima organizacional y su Diagnostico: Una Aproximación Conceptual. Cuadernos de administración , 43-61.
- García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / No. 42, 43-61.
- García, M., Hernández, T., Navarete, D., Alejandra, C., & Germán, S. (2014). Eelementos de los modelos determinantes del clima organizacional. European Scientific Journal, 10(28), 107-122.
- Gasca y Olvera. (2011).
- Global Reporting Initiative. (1997). Historia GRI. Estados Unidos.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). GAD Municipal de Machala (GAD). Retrieved from <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>
- Gomez, C. (2004). Diseño, construccion y validacion de un instrumento que evalua clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al item. Acta colombiana de sicologia , 97-113.
- Gomez, N. (2017). El modelo de Triple helice. Guayaquil: UESS.
- Gómez-Salas, J. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. Investigación Económica , 171-202.
- Gonzalez. (2007). variedad empresarial. Ventura, 73.
- Gonzalez. (2007). Variedad Estrategica y rentabilidad empresarial. Economía Aplicada, I(72), 200.
- González, J. (2009). La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles. México: Divulgación.
- Gottmann, J. (1973). Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricità. Torino: Einaudi.
- Goyes, J. (2012, diciembre 21). Clima organizacional en la Universidad del Valle, documento de trabajo diagnostico. Retrieved from Universidad del Valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>
- Grajales. (2000).
- Grajales, P. (2014).
- Great Place To Work. (2010, noviembre 15). Buen Clima Laboral, una tarea pendiente. Diario Hoy.
- Guerrero, G. (2012). El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV. IDE Business School.
- Guerrero, R., Focke, K., & Rossini, F. (2010). Redes de seguridad financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe. Bogotá: BID.
- Gutierrez, A. (2015). La crisis financiera del 2008. Una visión desde la macroeconomía del desequilibrio. RES NON VERBA, 116.
- Hamel, G. (2011). El futuro de la administración.
- Hansé, F. (2010). Quito: CERES.

Heritage Foundation. (2017). 2017 Index of Economic Freedom. Washington, DC: Heritage Foundation.

Hernández Sampieri, R. (l. 2007. 336 p.). Fundamentos de metodología de la investigación. Madrid (España): . McGraw Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). Metodología de la Investigación. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Hernández, Fernández y Baptista . (2006). Metodología de la Investigación.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. Mexico D.F.: McGraw Hill .

Hernández, R., Mendez, S., & Contreras, R. (2014). Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia. Contaduría y administración 59 (1), 229-257.

Herzberg, F. (1954). La Teoría de la Motivación-Higiene.

Herzberg, F. (2003). Una vez mas : como motivar a sus empleados. Harvard Bussines Review, 3-11.

Hurtado, M. (2017). ¿Cuál es el origen del emprendimiento? Retrieved from <https://www.aulaclicks.com/cuales-el-origen-del-emprendimiento/>

Industrias. (2016). Las industrias de bebidas se fortalece con inversión. Vistazo, 15.

INEC. (2014). Encuesta de superficie y producción agropecuario continua ESPAC 2014. Retrieved from Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo 2010. Retrieved from Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016 ). Reporte de Economía Laboral. Retrieved from Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

Instituto Nacional de, S. (2012). Notas Técnicas de prevención. Primera Edición. Barcelona: : Editorial Series VZ.

Jácome, E. (2016, June 13). From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam. El Comercio, pp. 1-2.

Jiménez, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. Energética, 93-105.

Johnson G. y Scholes, K. (1996). Dirección estratégica. Madrid: Ed. Prentice Hall.

Jorge Palencia, I. B. (2007). La Gerencia de Proyectos de Responsabilidad Social. ORBIS, 69-72.

Kaplan, R., & Norton, D. (2005). Cuadro de Mando Integral. . Madrid: : Gestion 2000.

Kaplan, R., & Norton, D. (2008). Estrategia Corporativa. . Harvard Business School Press.

Klare, M. (2012). La geopolítica del gas natural . España: Papeles.

Kreps, D. (1990). Un curso de teoría microeconómica. Princeton : Princeton University Press, 120.

Krugman, P. (2008). Fundamentos de Economía . Barcelona: Editorial Reverté S.a++A.

Kuschick, M. (2010). Marketing y comunicación política . Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 41.

La Hora Nacional. (2016, diciembre 10). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Retrieved from <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.WS4YjfnYuUk>

Lastra, F. (2006). Rendimiento Rentabilidad . yirepa, 15.

Lastra, X., Coloma, J., Espinosa, D., & Herrera, F. (2015). Las energías renovables en la actividad turística. Innovaciones hacia la sostenibilidad. Siembra, 086-094.

Lema, B. M., & Ferrer, M. (2016). The investigative training of teachers: An imperative for higher technological institutes in Ecuador. Santiago, 266-279.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor . (2000). Quito.

Ley Orgánica de Discapacidades. (2012). Quito: Asamblea Nacional.

Líderes. (2014, Septiembre 29). El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento.



Líderes. (2016, Noviembre 21). El sector alimentos piensa en exportación.

Líderes. (2017, Enero 11). e trabaja para exportar más.

Líderes. (2017, Marzo 3). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.

Líderes. (2017, Abril 11). Un fondo de 10 millones de euros para Mipymes que apuntan a la Unión Europea.

Lima, M., & López, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Quito: CERES.

Littlechild, S., & Thompson, G. F. (1977). Teoría de Juegos y planificación de estrategias. *Campana Journal of Economics* vol . 8 , n° 1, 126.

Llano, L., & Mosquera, V. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad Nacional de Colombia.

López Mateo, C. (2010). Planeación Financiera en Mipymes de Industrias en Crecimiento: El Caso de los Laboratorios de Naturistas de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en PYMES. México. UNAM. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>

López, A., Contreras, R., & Rubén, M. (2011). La RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario. *Scielo*, 261-283.

Lopez, E. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá. *Universidad & Empresa*, 9-35.

Lopez, J., & Maldonado, V. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the Eucation Ministry of Ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of Macas. *Salesiana Academic Journal (Thesis)*, 23-107.

Lousteau, M. (2011). Economía en 3D. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.

Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). *Games and Decisions*. Wiley & Sons, 59.

Luna Tamayo, M. (2014). Educational policies of Ecuador, 1950-2010: State deeds and society's initiatives. *UNED*, 1-362.

Malhotra, N. K. (2016). *INVESTIGACION DE MERCADOS*. Mexico D.F.: Pearson Education.

Mallo, P. E. (2005). *LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD*. Buenos Aires: Congreso Metropolitano de Ciencias Economicas.

Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía*. México: Cengage Learning.

Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. *Revista Universidad EAFIT* , 80-87.

Manuel, F. (2001). Procesos estrategicos y Implicacion para el Rendimiento. *Revista Anual*, I(38), 116.

MCCTH. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . *EcuadorUniversitario*, 1-2.

Meier, P. (2014). *Leveraging Uncertainty: A Practical Approach to the Integration of Responsible Innovation through Design Thinking*.

Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. Mexico: Mc Graw Hill 3era Edición.

Mendoza, M. (2016, Diciembre 11). Un viaje al origen del 'boom' bananero. *El Comercio*.

Merino, L. (2012). *Las energías renovables*. España: Energías Renovables para todos.

Ministerio Coordinador de la Producción, E. y. (2014). Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador. Retrieved 06 12, 2014, from <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador->

espaniol.pdf

Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Más de 100 MIPYMES cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de MCE. Retrieved from <http://www.comercioexterior.gob.ec>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Fomento de las pymes ecuatorianas. Guayaquil-Ecuador: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2012). Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. La Habana: Instituto de Estudios e Investigaciones del trabajo.

Ministerio del Trabajo. (2015). Seguridad y Salud en el Trabajo. Retrieved from <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.

MIPRO. (2012). Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores. Ministerio de Industria y Productividad.

Mira, M. (2012). La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: un campo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores. Esapaña.

Moliner. (2012). relación con el rendimiento y rentabilidad en empresas. *Papersdeturisme*, 75.

Morla, M. (2006, febrero 12). Cacao ecuatoriano glorias de siempre. *El Universo*.

Mujica, M., & Perez, I. (2007). Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad. *Revista de Educación*, Año 13, Número 24, 290-304.

Murillo, D. (2007). Rescatar la economía económica de Adam Smith. In *Ética, Economía y Empresa* (p. 39). Barcelona: Gedisa.

Murillo, D., & Arnau, G. (2007). *Ética, Economía y Empresa*. In *La dimensión moral de la economía* (p. 84). España: Gedisa S.A.

Naciones Unidas. (2000). Declaración del Milenio. Nueva York: Asamblea General.

Nadal, A. (2002). Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México. México: Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.

Narváez Licerias, A. (2017). Finanzas Corporativas y estudios de casos. Lima: Macro EIRL.

Navarrete, J. (2012). Política Económica. México: Red Tercer Milenio S.C.

Navarro, E. (2008). Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción. *Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización*, 1917-1927.

Noblejas. (2012). Retrieved from *Página 7 Comunicación S.L. C/ Noblejas, 5 Bajo - 28013 Madrid*

OCDE. (n.d.). Retrieved from <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>

OCDE/CEPAL/CAF. (2016). Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento. Paris. Francia. OECD . Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>

Ochoa Setzer , G. (2012). Administración Financiera. Mexico: McGraw-Hill.

OEI. (2016). Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura. Retrieved 2017, from [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)

Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La transición de la economía informal a la economía formal . Retrieved from Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)

Ordiz, M. (2001). Rendimiento. *Dialnet*, I(45), 252.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2015). Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca. Roma, Italia: FAO.

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución. Retrieved from Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)

Ortega, A. (2016). Semblanza del Dr. Rodrigo Borja Acto de Investidura Doctor Honoris Causa. Guayaquil.

- Owen, G. (1968). *Game Theory*. Philadelphia: Saunders.
- Pacheco, L., & Pacheco, R. (2015). *Evolución de la educación superior en el Ecuador. La Revolución Educativa de la Universidad Ecuatoriana*. Pacarina del Sur.
- Páez, T. (2009). *Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de*. Universidad de Valencia, 1-14.
- Paladines, C. (2015). *Prospects for change in Basic Education and High School*. Ecuador: 2007-2013. *Praxis Educativa*; vol. 19, 3452.
- Palma, S. (2000). *Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias*. *Revista de Investigación en Psicología*, 11-21.
- Pardo Granizo, M. A. (2013). *Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro*. Milagro. Ecuador. UEM. Retrieved from Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>: <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>
- Patricio Peña, presidente del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa (IEGC). (2017, junio 28). *El Gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial*. Fundación Corresponsable.
- Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Jeremy, D., Rebecca, L., Maitlis, S., et al. (2005). *Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation*. *Journal of Organizational Behavior*, 379–408.
- Pérez, R., & Carrillo, B. (2000). *Desarrollo local: manual de uso (2da. ed.)*. Madrid: ESIC.
- Pino, J. (2007). *Alto Rendimiento*. Andrews, I(28), 60.
- Producción, R. a. (2014). [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec). Retrieved 06 12, 2014, from <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf>
- Programa Formación de Formadores en RSE. (n.d.). *Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?*
- Pronaca. (2015). *Memoria sostenible de ser Pronaca*. Guayaquil.
- Quijije, B., & Verzosi, C. (2017). *Ecuador: Desarrollo local y emprendimiento*. In C. Ronny (Ed.), *Perspectiva del desarrollo regional sustentable en Ecuador* (pp. 47-66). Loja: Ediloja Cia. Ltda.
- RAE, R. (2017). *Diccionario de Lengua Española*. Retrieved from Estabilidad: <http://www.rae.es/>
- Ramírez González A. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*.
- Ramírez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). *La Motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tubería de acero*. Daena: *International Journal of Good Conscience*, 143-148.
- Ramos Ferrín, V. L. (2006). *AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005*. Guayaquil.
- Ratzel, F. (1902). *La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida*. Alemania.
- Real Academia Española. (2012, junio 29). *Diccionario*. Retrieved from Sitio web de la Real Academia de la Lengua: <http://www.rae.es/>
- Red de Firmas (PwC). (2016). *Informe del King IV sobre Gobierno Corporativo™ para Sudáfrica 2016*. Sudáfrica: PwC.
- Reinoso, H., & Arandeda, B. (2007). *Diseño y validación de un modelo de medición del clima basado en percepciones y expectativas*. *Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre*, 42.
- Rentería, E. (2004). *Empleabilidad: una lectura psicosocial*. Seminario Los Trabajos de la Globalización. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.

- Restrepo, L., & Gonzalez, J. (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias*, 183-192.
- Revista Ekos. (2015, 06). *ekosnegocios*. Retrieved from <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>
- Revista Ekos negocios. (2011). Conformación de la Norma ISO 26000. In *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (pp. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).
- Revista Ekos negocios. (2011). ELCAFÉ y su responsabilidad social. In [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com) (Ed.), *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (pp. 68-69). Ecuador.
- Revista Ekos negocios. (2011). Nestlé: Creación de valor compartido. In *Empresas con Responsabilidad Corporativa* (pp. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).
- Revista Ekos negocios. (2017). Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB.
- Revista Líderes. (2015). La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador. Retrieved from *Revista Líderes*: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>
- Reyes, P. (2016). Combustibles fósiles y contaminación. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Rio, M. d. (2013). Relacion entre rentabilidad y rendimiento . *Economia* , 73.
- Rios, M. F. (2007). Procesos de Rentabilidad en una Organizacion. *Psicothema*, I(8), 102.
- Rodríguez Puente, E. (2005, enero). *Boletín Técnico*. Retrieved from [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL\\_08\\_05\\_MTY\\_FC.PDF](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL_08_05_MTY_FC.PDF)
- Rodriguez, D. (2005). *Diagnóstico Organizacional*. Buenos Aires: Editorial Alfaomega.
- Rosero, R., Bermúdez, J., Gómez, G., García, M., & Reyes, I. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 267-284.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). *Finanzas corporativas*. Mexico: McGraw-Hill Companies.
- Rubio Domínguez, P. (2008). *Inreoducción a la Gestión Empresarial*. Madrid: INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.
- Rubio, P. (2007). Manual de Analisis Financiero. *Derecho y Economía*, I(2), 10.
- Sack, R. (1986). *Human Territoriality: Its theory and history*. Cambridge University : Press.
- Salgado, J., Remeseiro, C., & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. *Psicothema* , 329-335.
- Samuelson, P. (2001). *Macroeconomía*. Décima sexta edición. Barcelona: Mc. Graw Hill.
- Samuelson, Paul y Nordhaus William,. (2005). *Economía*. Mexico: McGraw -Hill. 18.a.ed.
- Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *researchgate.*, 50-62.
- Sánchez, J. (2015, Noviembre). Tesis de maestría . *Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano en Ecuador*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Ciencias Económicas.
- Santos, M. (1994). *O Retorno do Território*. São Paulo: Hucitec-ANPUR.
- Sarmiento, S., & Montoya, J. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.
- Sashkin, M. (1996). *El Cuestionario MbM Gestion por motivación*.
- Satterthwaite, M. A. (1975). *Economía, aplicacion de estrategia en la teoria de juegos*. *J. Econ. Theory*, 187-217.
- Schotter, A., & Schwodiauer, G. (1980). *Economía y Teoría de Juegos*. *diario of Economic Literature*, 89.
- Secretaria de Relaciones Migratorias y Consulares. (2007, Julio). *Política Migratoria del Ecuador*. Retrieved from <http://www.refworld.org/pdfid/49002e312.pdf>
- Segovia, F. (2016, Noviembre). *Sixto Durán Ballén, el señor Presidente*. *El Comercio*.
- Semplades, S. (2013). *Plan nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Semplades.
- Senge, P. (2003). *La Quinta Disciplina, El Arte y la Práctica de las Organizaciones que Aprenden*. . Currency.
- Serrano Carmona, A. (2015, October 25). 47% of working children in Ecuador, in risk situations. 'La Hora', pp. 1-3.

- Shubik, M. (1987). *Game Theory in Social Sciences*. Massachusetts: MIT Press.
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. Londres: Alianza.
- Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. (1990). *Economía*. España: MacGraw-Hill, Pag. 3.
- Stieler, U. (2014, Julio 16). Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador. Retrieved from <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>
- Stiglitz, J. (2002). *El malestar en la globalización* (1era ed.). España: Litografía Losés S.A.
- Superintendencia de Compañía del Ecuador. (2011). Superintendencia de Compañía del Ecuador. Retrieved from [www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)
- Tafur, G. (2016). Impact of New Policies of Higher Education in Universities and Polytechnic Schools of Ecuador. *Business Magazine*, 27-34.
- Talledo, M., & Solòzano, D. (2013). *Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Tarantino, S. (2012, 06 16). De gerencia. Retrieved from <http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de-indicadores>
- Tedesco, J. C., & Lopez, N. (2002). Secondary Education challenges in Latin America. *CEPAL Magazine*, 55-69.
- Tirole, J. (1988). *La teoría de juegos en la organización industrial*. Cambridge: MIT Press.
- Tomalá, M. (2003). *Terminos Económicos*. Manta: Análisis Ediciones.
- Topanta Vera, M. I. (2010). *Diseño e implementación de Indicadores de Gestión*. Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Guayaquil, Guayas, Ecuador:: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- Toro, F. (1996). *Clima Organizacional y Productividad*. *Temas de administracion*, 66-72.
- Torres, R. M. (1990). *Alfabetización de adultos en América Latina: Problemas y Tareas*. Quito: Ciudad Centro de Investigaciones.
- Transparency International. (2017). Transparency International. Retrieved abril 24, 2017, from [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)
- UNESCO. (1988). .
- UNESCO. (2006). *El currículo a debate*. PRELAC Proyecto regional de educación para américa latina y el caribe, 1-160.
- UNESCO. (2014). . MARCO DE ACCION PRIORITARIA.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). *Reglamento de Elecciones y Referendo Reformado Abril 2017*. Machala: Secretaría General.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). *Resoluciones*. Machala: Consejo Universitario.
- Valdez, A. (2015). *Elaboración de un manual de procedimiento de Seguridad e Higiene del Trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construcción de obras civiles en la empresa FAGA de la ciudad de Guayaquil*. Retrieved from <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/UPS-GT001284.pdf>
- Valdez, A. (n.d.). *Influencia del Rendimiento*. *Dialnet*, II(28), 46.
- Vallaes, F. (. (2003). *La etica y moral en las instituciones*.
- Van Horne C., J. W. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera* (Decimotercera edición ed.). México, México: Pearson Educacion.
- Vásquez, H., & Dacosta, O. (2007). *Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas*. *Ingeniería Investigación y Tecnología*, 249-259.
- Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. C., & Giraldo, J. (2006). *Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005)*. *Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2, No. 2*, 429-349.

- Véliz, J., & Díaz, S. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. Universidad ESAN, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.
- Villacís, M. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Villar, L. (2007). Estado de derecho y Estado social de derecho. *Revista Derecho del Estado*, 10(20), 73-96.
- Vinogradoff, L. (2014, 04 05). Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano Leopoldo López. ABC International.
- Vistazo. (2016). La industria de bebidas se fortalece con inversión.
- Viteri Díaz, G. (2006). Education situation in Ecuador. *Latin American economy Observatory*, 1-24.
- Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de latinoamerica. Washington.
- Wateryear. (2007). Retrieved from [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007
- world bank group. (2006). ¿Qué es RSE?
- Yakumuseoagua. (2008). Retrieved from [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008
- Zavala Egas, Z. (1999). Corrupción política: El caso del Ecuador. Corrupción política: El caso del Ecuador. Guayaquil.

# La gestión de proyectos bajo la responsabilidad social, considerada como proyecto ético en las IES

**Eliás Ortiz Morejón**

Universidad de Guayaquil  
elias.ortizmor@ug.edu.ec

**Nathaly Marzo Páez**

Universidad de Guayaquil  
nathaly.marzop@ug.edu.ec

**Jorge Coronel Carbo**

Universidad de Guayaquil  
jorge.coronelc@ug.edu.ec

## Resumen

La presente ponencia ofrece una sistematización teórica- metodológica sobre la gestión de proyectos bajo la responsabilidad social, que se encuentra actualmente considerada como un proyecto ético en las IES en el contexto ecuatoriano. Donde se esclarecen sus fortalezas y vínculos con otras áreas de la ciencia y se resalta su importancia para el desarrollo del país.

Las IES, se encuentran en la demanda de innovación y mejoras en el sistema de gestión de proyectos como desarrollo organizacional, que involucra conocimientos, destrezas y habilidades, denominado como el esfuerzo planificado de las organizaciones que deben convertirse en una organización competitiva sostenible, con el fin de cumplir con sus objetivos trazados desde su misión y visión. Las organizaciones deben ser competitivas y tener capacidad de adaptabilidad a los cambios de su entorno, socio-cultural, político y económico.

Para ello se utilizó el análisis conceptual como método de investigación teórica, autores cuyas propuestas se articulan con la gestión organizacional. La investigación demuestra la posibilidad y pertinencia de renovar los enfoques de la gestión de proyectos convencionales versus la gestión de proyectos bajo la responsabilidad social como un proyecto ético, lo cual pudiere ser aplicado en otros centros de Educación Superior.

**Palabras claves:** Gestión de proyectos, organizaciones, ética, responsabilidad social.

## Abstract

The present paper offers a theoretical-methodological systematization on project management under social responsibility, which is currently considered as an ethical project in IES in the Ecuadorian context. It clarifies its strengths and links with other areas of science and highlights its importance for the development of the country.

The IES are in the demand for innovation and improvements in the project management system such as organizational development, which involves knowledge, skills and abilities, called the planned effort of the organizations that must become a sustainable competitive organization, with the In order to fulfill its objectives drawn from its mission and vision. Organizations must be competitive and have adaptability to changes in their environment, socio-cultural, political and economic.

For this we used conceptual analysis as a method of theoretical research, authors whose proposals are articulated with organizational management. The research demonstrates the possibility and relevance of renewing approaches to conventional project management versus project management under social responsibility as an ethical project, which can be applied in other higher education centers.

**Keywords:** Project management, organizations, ethics, social responsibility.

## Introducción

Desde la década de 1990 del siglo XX, en el ámbito empresarial, la atención a la crisis de insostenibilidad que afectan a la humanidad comenzó a ser protagonista en muchas áreas implícitas en el concepto de Responsabilidad Social (RS), un nuevo paradigma que busca alcanzar mejores niveles de vida (Gasca y Olvera, 2011). Las universidades han sido consideradas como un agente primordial, como respuesta a las inquietudes del ser humano: son consideradas también como una herramienta clave para el avance de las sociedades (Grajales P., 2014)

Entre las primeras organizaciones formales se encuentran Bolonia, París y Oxford, creadas alrededor de los siglos X y XI. En la actualidad la misión de las IES son la formación, la investigación y la extensión, las mismas que se han ido transformando en el marco económico a nivel global, caracterizado por la importancia de la producción de conocimientos, impulsado por políticas públicas de competitividad, lo que se llama innovación y producción científica. (Gomez N., 2017)

Además consideradas como actores sociales protagonistas en los escenarios de toda sociedad, no pueden quedar aisladas a los cambios que se han presentado en el actual contexto, patrones socioculturales, económicos, políticos y tecnológicos. La organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura (UNESCO, 1988) planteó cuatro grandes desafíos para la educación superior: Pertinencia, calidad, equidad e internacionalización. Por lo tanto cuando se refiere a la gestión se puede mencionar Modelación de políticas de Responsabilidad Social en los planes académicos, es decir inculcar el compromiso de sostenibilidad desde la investigación.

## Introducción al Problema

Uno de los principales problemas en las universidades ecuatoriana es la de gestionar la documentación de un proyecto, este punto es muy necesario e importante aún más en las organizaciones, debido a que no es suficiente con controles superficiales, sin monitoreo ni supervisión. La Gestión de proyectos bajo responsabilidad sociales señala como una de las principales responsabilidades sociales de los centros de formación superior su contribución al desarrollo de las comunidades en las que se desenvuelven, sin embargo, se considera que esto no es viable en la medida que no existan canales que permitan la retroalimentación directa de los sectores reales de la colectividad involucrada, y para esto es preciso desafiar los paradigmas vigentes (Hamel, 2011).

Por lo tanto este trabajo se enfoca en la importancia de la Gestión de Proyectos bajo la responsabilidad social como un proyecto ético en las IES, debido a que siempre se ha cuestionado el rol que desempeña la moral y ética en las instituciones de educación superior, tanto en formación profesional como en la transformación de su entorno. No obstante, lo que no se ha analizado a profundidad es como hacerlo y las estrategias que deben ser aplicadas.

El problema parte desde el punto que las organizaciones deben ser competitivas y tener capacidad de adaptabilidad a los cambios de su entorno, socio-cultural, político y económico. Denominado un enfoque



integrador y también como agente del cambio organizacional con la colaboración de todos los miembros de la organización, sobre todo la responsabilidad en el proceso de la toma de decisiones. Debido a este problema, la propuesta se basa en la gestión de comunicación desde la perspectiva de la teoría sistémica y se propone un sistema que contribuirá a optimizar los flujos de gestión de proyectos en la instituciones de educación superior, logrando un mejoramiento ético. Otros de los propósitos de esta propuesta también resaltar la importancia de la aplicación de un buen modelo de gestión ético, a su vez considerado como una combinación de herramientas necesarias para las organizaciones y empresas modernas con el fin de ajustarse a los cambios dinámicos en tiempos actuales. Un sistema de comunicación entre universidades y organizaciones que fortalezca toda la gestión universitaria, de este modo se fundamentan básicamente en la teoría de la Imagen de Joan Costa que, entre otros aspectos, permite comprender la imagen de la institución, a este concepto de imagen se agrega la importancia de los procesos sustantivos, que manejados adecuadamente, no solo mejoran la imagen sino la calidad de la actividad de la institución.

### **Importancia del problema**

La importancia de una buena planificación, organización y aplicación de un proyecto de investigación, incluye una buena gestión de los recursos, con el objetivo de poder presentar resultados óptimos y efectivos. Actualmente en las organizaciones existe mucha confusión, se piensa que gestionar algún proyecto mediante herramientas significa utilizar un software o herramientas colaborativas, por esta razón es necesario demostrar a través de este artículo que la gestión de proyectos efectiva dependerá más en tomar una buena decisión, la correcta planificación y uso de una buena investigación de forma integral que sirven para subrayar los procesos que se llevan a cabo, no se puede restar importancia a los riesgos y problemas que se presenten en el proceso de investigación. Es relevante ofrecer un entorno colaborativo, es decir un trabajo en equipo de alto rendimiento a través de una función moral y ética. De conformidad con la recomendación relativa a la condición del personal docente de la enseñanza superior aprobada por la Conferencia General de la UNESCO en noviembre de 1997, los establecimientos de enseñanza superior, el personal y los estudiantes universitarios deberán:

- Preservar y desarrollar sus funciones fundamentales, sometiendo todas sus actividades a las exigencias de la ética y del rigor científico e intelectual.
- Poder opinar sobre los problemas éticos, culturales y sociales, con total autonomía y plena responsabilidad, por estar provistos de una especie de autoridad intelectual que la sociedad necesita para ayudarla a reflexionar, comprender y actuar.
- Reforzar sus funciones críticas y progresistas mediante un análisis constante de las nuevas tendencias sociales, económicas, culturales y políticas, desempeñando de esa manera funciones de centro de previsión, alerta y prevención.
- Utilizar su capacidad intelectual y prestigio moral para defender y difundir activamente valores universalmente aceptados, y en particular la paz, la justicia, la libertad, la igualdad y la solidaridad, tal y como han quedado consagrados en la Constitución de la e) disfrutar plenamente de su libertad académica y autonomía, concebidas como un conjunto de derechos y obligaciones siendo al mismo tiempo plenamente responsables para con la sociedad y rindiéndole cuentas; (UNESCO, , 2014)

Señala (Vallaey, 2003) que no basta con predicar ni con capacitar el razonamiento para generar el juicio moral de estudiantes, docentes o trabajadores; hay que hacer “morada” o “ethos”. (Jorge Palencia, 2007) Según el autor, el sentido más antiguo de la palabra ética, equivale a vivir, a presentar un estilo de conducta correcto, costumbres y hábitos bajo las normas del código de la moral y ética, para poder construir un proyecto de vida con responsabilidad social.

Según (Hernández, Fernández y Baptista , 2006) en un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. Cuando el investigador se limita a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos entonces se desarrolla una investigación no experimental, (Grajales, 2000) Para (Arias , 2006) es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales, por instituciones, organizaciones y demás entes que manejen información relacionada al tema de estudio.

### **Metodología**

En cuanto al análisis, discusión e interpretación de los datos cualitativos obtenidos de las entrevistas, se utilizó como caso de estudio a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y se clasificó la información en dos categorías con el fin de responder a los objetivos planteados en este artículo.

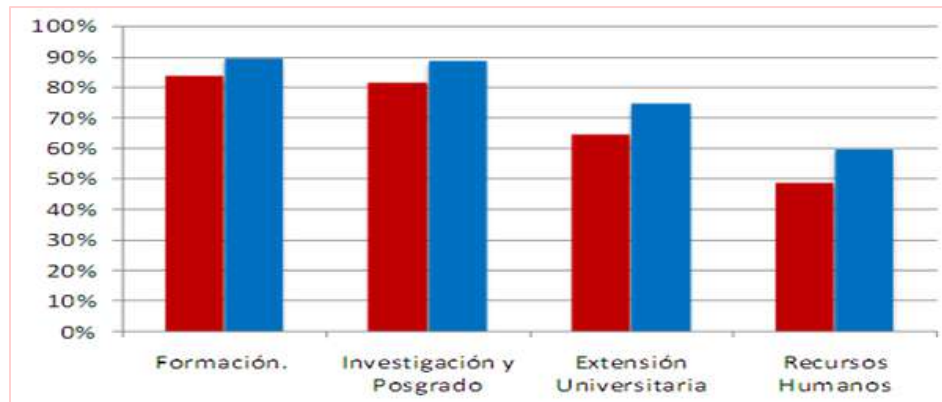
La primera categoría trata del estado situacional general de la IES, la segunda se toma como referente la gestión de proyectos bajo la responsabilidad social como un proyecto ético.

El artículo presenta la conclusión a este enfoque teórico metodológico, donde se pudo observar un aporte para la planificación, organización y control de la IES basado en la gestión de proyectos, que contribuye al cumplimiento de una planificación estratégica en función de la visión, alineado con la participación de los docentes, autoridades y personal administrativo que impacta directamente sobre la calidad de los procesos claves. Se tomó como población a la Facultad de Especialidades Empresariales a los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento del semestre A y B 2015, pero la muestra 50 egresados y graduados del 2015 al 2016, 10 docentes, se seleccionó una muestra intencional de 5 expertos en gestión de proyectos, procedentes de diversos sectores.

### **Resultados**

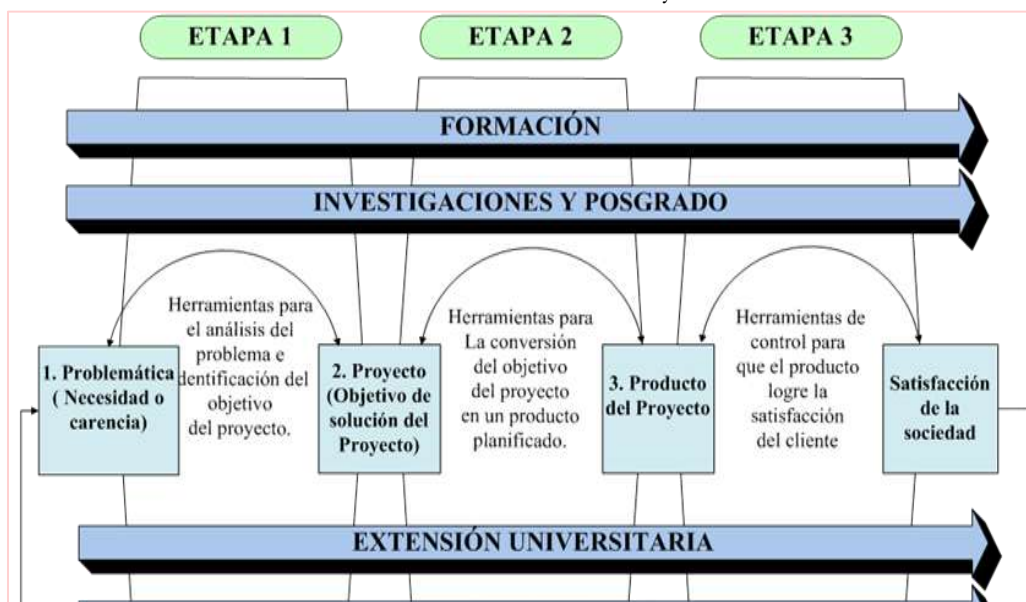
Contrariamente a las universidades latinoamericanas muchas organizaciones universitarias y de otra índole de Europa, Estados Unidos, Australia, entre otras, han creado toda una serie de herramientas e indicadores (Sistemas de Calidad, ISOs), para mejorar sus prácticas y asegurar su responsabilidad. Asegura Vallaeys que sería interesante para las Universidades de Latinoamérica lograr estos ISOs y crear nuevos. Las IES ecuatorianas se encuentran en la demanda de innovación y mejoras en el sistema de gestión de proyectos como desarrollo organizacional, que involucra conocimientos, destrezas y habilidades, denominado como el esfuerzo planificado de las organizaciones que deben convertirse en una organización competitiva sostenible, con el fin de cumplir con sus objetivos trazados desde su misión y visión.

### **Ilustración 1. Gestión de Proyectos**



El modelo de Gestión Universitaria tomado del CEAACES presentado por la Dra. Liz Larrea tiene como base la teoría existente de Gestión de Proyectos integrándola eficientemente con la Gestión por Procesos, lo que permite la planificación, ejecución y control de todos los procesos claves de las IES. Siendo los principales ejes de la gestión de proyectos bajo la responsabilidad social: la formación, la investigación y Posgrado, la extensión universitaria, y por último los recursos humanos.

**Ilustración 2. Gestión de Proyectos**



Este modelo presenta una visión clara y específica sobre la gestión de proyectos bajo responsabilidad social en las IES considerado como un proyecto de ético que forma parte de una buena formación desde la academia, con el fin de obtener resultados eficientes en oda investigación u organizaciones, que se aplicaron a través de la formulación de metas de crecimiento y productividad en cuanto se refiere a los cambios paradigmáticos hacia nuevas actitudes, nueva gestión y manejo de recursos como son: Compromiso e integración, mejoramiento continuo, desarrollo de habilidades y destrezas, manejo de información en los proyectos de investigación y por último el conocimiento de planes y estrategias que aportan y favorecen a las misión y visión de las instituciones.

**Conclusión**

El artículo presenta la conclusión a este enfoque teórico metodológico, donde se pudo observar un aporte para

la planificación, organización y control de las IES basado en la gestión de proyectos, que contribuye al cumplimiento de una planificación estratégica en función de la visión, alineado con la participación de los docentes, autoridades y personal administrativo que impacta directamente sobre la calidad de los procesos claves.

La Gestión de proyectos bien planificada y aplicada se convierte en herramientas útiles para el análisis de un problema e identificación del objetivo genera de un proyecto, con la finalidad de satisfacer las expectativas de los estudiantes y o clientes, en otras palabras satisfacción a nuestra sociedad. La calidad otro de los modelos estratégicos para garantizar la calidad de la educación superior como bien público y eje principal de la transformación de las sociedades.

A pesar de las limitaciones expuestas, deben valorarse las recomendaciones de este artículo como una base teórica que soporta la gestión de proyecto bajo la responsabilidad social considerado como un proyecto ético en las IES que permitan establecer procesos y tendencias bien establecidas y estructuradas.

### **Agradecimiento**

Un agradecimiento muy especial a las autoridades, personal administrativo, docentes y estudiantes de la Facultad de Especialidades Empresariales y de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, así como expertos en el tema que aportaron con este enfoque teórico metodológico situados en las posiciones de la Nueva Sociedad del Conocimiento, sustentados desde la Gestión de Proyectos bajo la responsabilidad social en las IES. Mi experiencia docente permitió aplicar la reflexión y crítica constructiva de la actividad científica, lo que confirma los objetivos educativos.

### **Referencias bibliográficas**

- UTMACH. (2015). Obtenido de <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/>
- World Trade Organization. (2017). Obtenido de [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)
- Agudelo de Bedout, S. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde Colombia. *Revista de negocios Internacionales*, 2(1), 3-11.
- Allen, D. (2006). Comemos combustibles fósiles. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*.
- Alvarez, G. (1992). El Costructo "Clima Organizacional": Concepto, teorías, Acciones Investigacion y Resultados Relevantes. *Interamericana de Psicología Ocupacional*.
- Ancona, M., Camacho, M., & Garcia-muñoz, C. (2012). Motivacion laboral en empleados administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. *Revista internacinal de administración y finanzas*, 121-134.
- Andrews, K. (1977). *El concepto de estrategia en la empresa*. Pamplona: Pamplona: Ed Universidad de Navarra.
- Angulo, S. (5 de abril de 2017). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. *El Comercio*.
- Anónimo. (16 de junio de 2016). *Diario El Telegrafo - Economía*. Obtenido de MAs de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por-presunta-estafa-masiva>
- Ansoff, H. (1976). *La estrategia de la empresa*. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra.
- Ansón Lapeña, J. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez, V. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Apuy, L. (2008). Factores del Clima Organizacional que influyen en la Satisfacción Laboral del Personal de

Enfermería, en el Servicio de Emergencias del Hospital San Rafael de Alajuela, Junio- Noviembre 2008. San José, Costa Rica.

Araujo, A., & Tapia, E. (2015). Economic Problems that Officials and Analysts are Worried About. *El Comercio*, 1.

Araujo, J. A. (2007). Rendimiento empresarial. *Mediterraneo Economico*, I(11), 60.

Arias . (2006). La investigación documental.

Arredondo, F., Maldonado, V., & De la Garza, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, Actitudes ante edad y género. *Scielo*, 24(43), 285.305.

Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión* 2004; vol. 5(17), 23-29.

Asamblea Constituyente. (2014). Código Orgánico Monetario y Financiero. Quito: Lexis.

Asamblea Nacional. (2014). Ley Orgánica de Discapacidades. Quito.

Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Lexis.

Asamblea Constituyente. (2009). Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera. Quito: Lexis.

Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. (2012). Reservas mundiales. España: CEIDA.

Awad, G., & Valencia, A. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. *Reflexión Política*, 80-89.

Aybar Arias, C., Casino Martínez, A., & López Gracia, J. (2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30121108>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la Responsabilidad Social Empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: Comunicado de Prensa.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>

Banco Mundial. (2013). Los principios de Ecuador. Estados Unidos: [http://www.equator-principles.com/resources/equator\\_principles\\_spanish\\_2013.pdf](http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_spanish_2013.pdf).

Barranco Saiz, F. J. (2010). Marketing Político. Madrid: ESIC Editorial.

Barrientos Felipa, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. *Semestre Económico*, 122-123.

BCE / INEC / Medios de Comunicación. (09 de marzo de 2017). Diario El Telégrafo. Obtenido de La quiebra de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quiebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas-costaron-usd-8-600-millones>

BCE. (2017). Banco Central del Ecuador. Obtenido de Preguntas Frecuentes / Fondos de liquidez: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/ServiciosBCentral/FondoLiquidez/preguntasFrecuentes.pdf>

Bernal, C. (2006). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.

Boada, J. V., & Arguello, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicósomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema*, Revista Anual de Psicología, 125-131.

Bonilla, L. (29 de Mayo de 2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *El Observador Económico*.

Bosma, N., & Amorós, J. E. (2013). Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe. Concepción. Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. Obtenido de <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>

Bouhali, R. (2015). Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning.

Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. (2007). Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del Caribe. México: Teoría y Praxis.

- Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J. (2007). *Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid.
- Bustamante, J. (2013). *Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas, Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TESIS%20COMPLETA.pdf>
- Cabrera M. (2013). *El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador*. Quito, Ecuador: tesis de grado Universidad San Francisco De Quito.
- Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros. (2013). *Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos Escambray*. Santiago, Chile.: Editorial Edicasa.
- Caligiore, I., & Díaz, J. (2003). *lima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio*. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 8. N° 24, 60-64.
- Campos, G. (2003). *Implicaciones del Concepto de Empleabilidad*. *Revista Iberoamericana de Educación* (ISSN: 1681-5653).
- Canals, A. (2003). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de *La gestión del conocimiento*: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>
- Castro Martínez, L. (2012). *El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama*. *Norteamericana*, 14.
- CEAACES. (2015). *La gesion e proyectos en las IES*. Guayaquil: Gobierno.
- Cevallos, P. (10 de Enero de 2010). *Primary education is practically universalized according to Ecuadorian government*. *EFE News Service*, pág. 1.
- Chaparro, L. (2006). *Motivacion laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas publicas y privadas)*. *Red de Revistas Cientificas de America Latina, el Caribe, España y Portugal*, 7-32.
- Chiang, M., Botelo, M., & Huerta, P. N. (2008). *Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas) Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos*. *Revista Universum* N: 23 Vol.2, 66-85.
- Cibrán Ferraz, P., Prado Román, C., Crespo Cibrán, M., & Huerte Galbán, C. (2013). *Planificación Financiera*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- CIRFS. (02 de 08 de 2017). Obtenido de *European Man-Made Fibres Association* : <http://www.cirfs.org/>
- Clark, C. (1940). *Las condiciones del progreso económico*.
- Clement Norris & Pool Jhon. (1982). *Economía: Enfoque América Latina*. México: McGraw-Hill, Pág. 13.
- Clerc, I. (2012). *Introducción a las condiciones del trabajo*. OIT. 346 p. Ginebra.
- COMEX. (2015). *Importaciones - Evolución*.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde*. Bruselas: Comisición Europea.
- Consejo Nacional de Educación. (2006). *Plan Decenal de Educación*. Quito.
- Conсорcio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES). (2010). Quito.
- Constitución. (1998). Art. 306. Quito.
- Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2015). *El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permannente en las empresas*. Obtenido de *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>
- Coviello, M. (2003). *Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P. (2010). *UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. . Loja, Loja, Ecuador: : Universidad Nacional de Loja*.
- De la Torre, A. (2013). *América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad*.

Obtenido de Artículos del Banco Mundial:  
<http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Definiciones de desarrollo. (2012). Definiciones de desarrollo. Recuperado el Julio de 2017, de Definiciones de desarrollo,: <http://www.definicion.org>

Diario Expreso. (15 de Abril de 2015). Ecuador es un ejemplo en Bachillerato Internacional.

Diaz, M. (2001). Rendimiento. *GpSerrano*, I(32), 100.

Diaz, R. (2011). Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo Popular Caracas utilizando métodos prospectivos. Cuba: Tesis de Maestría, Universidad de Cienfuegos.

Diccionario de la lengua española. (2015). Real Academia Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es>

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). *Macroeconomía*. Décima edición. México: McGraw-Hill Irwin.

Duque, Y., Cardona, M., & Jaime, R. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Scielo*, 29(50).

Economía y Finanzas internacionales . (13 de Junio de 2017). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecualliquidados S.A. (2017). Misión. Guayaquil: <http://ecualiquidados.com.ec>.

Edwards, S., & Rodriguez, A. (2008). Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes. Quito, Ecuador: Conservación Internacional.

EFE. (16 de Septiembre de 2005). Palacio asegura haber incorporado los Objetivos de Desarrollo del Milenio. *La Hora Nacional*.

El Telégrafo. (5 de Noviembre de 2011). “Hace bien, hace mejor”, sello estatal a la excelencia.

El Telégrafo. (2017). Sector y empleo informales en Ecuador. Obtenido de El Telégrafo : <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El Universo. (16 de septiembre de 2004). La educación, desde que EL UNIVERSO es testigo. *EL UNIVERSO*.

El Universo. (15 de Febrero de 2015). Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de RSE.

El Universo. (24 de Mayo de 2016). INEN implementará Mi primer sello de calidad para Mipymes.

Elizondo , A. (2002). Metodología de la investigación contable. México: International Thomson Editores S.A.

Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Obtenido de *Emprende* pon a andar tus ideas: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>

Eslava, E. (2015). Education in Latin America: Challenges and opportunities for philosophy in the region. *Universitas Philosophica* Vol. 32, 223-243.

ESPAC. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano Ecuador. INEC. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

España , D., & Rivera , E. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Papel Político*, 1-42.

España Espinoza, D. A., & Rivera Aya, E. N. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Redalic*, 17(1), 23.

Espinel, L. (2006). condiciones de rendimiento. *Dialnet*, I(30), 86.

Espinosa Andrade, A. (2015). Educational Statistics, Indicators' Report, Vol. 1, March 2015. Quito: Ministerio de Educación.

Esteban, G. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. *Dialnet*, I(28), 55.

Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., Jiménez Naranjo, H. V., & Hernández Mogollón, R. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Madrid. España. Portal Universia S.A. Obtenido de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>

Fernández, A., & Emandez, A. (1986). EK DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA, NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANALISIS. Madrid.

Ferrari, L. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. *Revista Mexicana de Física*, 36-43.

Figueiredo, A. (1993). El modelo del conflicto y la Teoría de Juegos. *Fundamentos Económicos*, 319.

FLACSO Ecuador y MIPRO . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>

Freile, C. (marzo de 2015). Para el Aula. Recuperado el 21 de abril de 2017, de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29)

Fuertes, M. O. (2005). Practicas de emprendimiento. *Dialnet*, I(15), 259.

Ganga, F., Piñones, M., & Saavedra, L. (2015). Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. *FENOPinaonline*.

Garabiza, B. (septiembre de 2015). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Economía.

García Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. *ESPOL Technological Journal*, 2-45.

García, A. (julio de 2009). Eumed.net. Obtenido de El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>

García, E. (2007). Influencia de las industrias en el Rendimiento. *Dialnet*, I(41), 180.

García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). ESTADÍSTICA EMPRESARIAL. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.

García, M. (2009). Clima organizacional y su Diagnostico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de administración* , 43-61.

García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / No. 42*, 43-61.

García, M., Hernández, T., Navarete, D., Alejandra, C., & Germán, S. (2014). Eelementos de los modelos determinantes del clima organizacional. *European Scientific Journal*, 10(28), 107-122.

Gasca y Olvera. (2011).

Global Reporting Initiative. (1997). Historia GRI. Estados Unidos.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). GAD Municipal de Machala (GAD). Obtenido de <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>

Gomez, C. (2004). Diseño, construcción y validación de un instrumento que evalúa clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al ítem. *Acta colombiana de psicología* , 97-113.

Gomez, N. (2017). El modelo de Triple helice. Guayaquil: UESS.

Gómez-Salas, J. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. *Investigación Económica* , 171-202.

Gonzalez. (2007). variedad empresarial. *Ventura*, 73.

Gonzalez. (2007). Variedad Estratégica y rentabilidad empresarial. *Economía Aplicada*, I(72), 200.

González, J. (2009). La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles. México: Divulgación.



- Gottmann, J. (1973). *Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricit t *. Torino: Einaudi.
- Goyes, J. (21 de diciembre de 2012). *Clima organizacional en la Universidad del Valle*, documento de trabajo diagnostico. Obtenido de Universidad del Valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>
- Grajales. (2000).
- Grajales, P. (2014).
- Great Place To Work. (15 de noviembre de 2010). *Buen Clima Laboral, una tarea pendiente*. Diario Hoy.
- Guerrero, G. (2012). *El Cacao ecuatoriano Su historia empez o antes del siglo XV*. IDE Business School.
- Guerrero, R., Focke, K., & Rossini, F. (2010). *Redes de seguridad financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe*. Bogotá: BID.
- Gutierrez, A. (2015). *La crisis financiera del 2008. Una visión desde la macroeconomía del desequilibrio*. RES NON VERBA, 116.
- Hamel, G. (2011). *El futuro de la administración*.
- Hans , F. (2010). Quito: CERES.
- Heritage Foundation. (2017). *2017 Index of Economic Freedom*. Washington, DC: Heritage Foundation.
- Hernández Sampieri, R. (l. 2007. 336 p.). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid (España): . McGraw Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, Fernández y Baptista . (2006). *Metodologia de la Investigación*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodologia de la investigación*. Mexico D.F.: McGraw Hill .
- Hernández, R., Mendez, S., & Contreras, R. (2014). *Construcción de un istrumento para medir el clima organizacional en funcion del modelo de los valores en competencia*. *Contaduría y administración* 59 (1), 229-257.
- Herzberg, F. (1954). *La Teoría de la Motivación-Higiene*.
- Herzberg, F. (2003). *Una vez mas : como motivar a sus empleados*. *Harvard Bussines Review*, 3-11.
- Hurtado, M. (2017). * Cu al es el origen del emprendimiento?* Obtenido de <https://www.aulaclicks.com/cual-es-el-origen-del-emprendimiento/>
- Industrias. (2016). *Las industrias de bebidas se fortalece con inversión*. *Vistazo*, 15.
- INEC. (2014). *Encuesta de superficie y producción agropecuario continua ESPAC 2014*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadisticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). *Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo 2010*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016 ). *Reporte de Economía Laboral*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)
- Instituto Nacional de, S. (2012). *Notas Técnicas de prevención*. Primera Edición. Barcelona: : Editorial Series VZ.
- Jácome, E. (13 de June de 2016). *From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam*. *El Comercio*, págs. 1-2.
- Jiménez, T. (2014). *Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales*. *Energética*, 93-105.
- Johnson G. y Scholes, K. (1996). *Dirección estratégica*. Madrid: Ed. Prentice Hall.
- Jorge Palencia, I. B. (2007). *La Gerencia de Proyectos de Responsabilidad Social*. *ORBIS*, 69-72.

- Kaplan, R., & Norton, D. (2005). Cuadro de Mando Integral. . Madrid: : Gestion 2000.
- Kaplan, R., & Norton, D. (2008). Estrategia Corporativa. . Harvard Business School Press.
- Klare, M. (2012). La geopolítica del gas natural . España: Papeles.
- Kreps, D. (1990). Un curso de teoría microeconómica. Princeton : Princeton University Press, 120.
- Krugman, P. (2008). Fundamentos de Economía . Barcelona: Editorial Reverté S.a++A.
- Kuschick, M. (2010). Marketing y comunicación política . Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 41.
- La Hora Nacional. (10 de diciembre de 2016). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.WS4YjfnYuUk>
- Lastra, F. (2006). Rendimiento Rentabilidad . yirepa, 15.
- Lastra, X., Coloma, J., Espinosa, D., & Herrera, F. (2015). Las energías renovables en la actividad turística. Innovaciones hacia la sostenibilidad. Siembra, 086-094.
- Lema, B. M., & Ferrer, M. (2016). The investigative training of teachers: An imperative for higher technological institutes in Ecuador. Santiago, 266-279.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor . (2000). Quito.
- Ley Orgánica de Discapacidades. (2012). Quito: Asamblea Nacional.
- Líderes. (29 de Septiembre de 2014). El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento.
- Líderes. (21 de Noviembre de 2016). El sector alimentos piensa en exportación.
- Líderes. (11 de Enero de 2017). e trabaja para exportar más.
- Líderes. (3 de Marzo de 2017). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.
- Líderes. (11 de Abril de 2017). Un fondo de 10 millones de euros para Mipymes que apuntan a la Unión Europea.
- Lima, M., & López, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Quito: CERES.
- Littlechild, S., & Thompson, G. F. (1977). Teoría de Juegos y planificación de estrategias. Campana Journal of Economics vol . 8 , n° 1, 126.
- Llano, L., & Mosquera, V. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad Nacional de Colombia.
- López Mateo, C. (2010). Planeación Financiera en Mipymes de Industrias en Crecimiento: El Caso de los Laboratorios de Naturistas de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.
- López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en PYMES. México. UNAM. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>
- López, A., Contreras, R., & Rubén, M. (2011). La RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario. Scielo, 261-283.
- Lopez, E. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá. Universidad & Empresa, 9-35.
- Lopez, J., & Maldonado, V. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the Eucation Ministry of Ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of Macas. Salesiana Academic Journal (Thesis), 23-107.
- Lousteau, M. (2011). Economía en 3D. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.
- Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). Games and Decisions. Wiley & Sons, 59.
- Luna Tamayo, M. (2014). Educational policies of Ecuador, 1950-2010: State deeds and society's initiatives. UNED, 1-362.
- Malhotra, N. K. (2016). INVESTIGACION DE MERCADOS. Mexico D.F.: Pearson Education.
- Mallo, P. E. (2005). LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD.

LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. Buenos Aires: Congreso Metropolitano de Ciencias Economicas.

Mankiw, G. (2012). Principios de Economía. México: Cengage Learning.

Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. Revista Universidad EAFIT , 80-87.

Manuel, F. (2001). Procesos estrategicos y Implicacion para el Rendimiento. Revista Anual, I(38), 116.

MCCTH. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . EcuadorUniversitario, 1-2.

Meier, P. (2014). Leveraging Uncertainty: A Practical Approach to the Integration of Responsible Innovation through Design Thinking.

Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. Mexico: Mc Graw Hill 3era Edición.

Mendoza, M. (11 de Diciembre de 2016). Un viaje al origen del 'boom' bananero. El Comercio.

Merino, L. (2012). Las energías renovables. España: Energías Renovables para todos.

Ministerio Coordinador de la Producción, E. y. (2014). Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador-espaniol.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Más de 100 MIPYMES cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de MCE. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Fomento de las pymes ecuatorianas. Guayaquil-Ecuador: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2012). Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. La Habana: Instituto de Estudios e Investigaciones del trabajo.

Ministerio del Trabajo. (2015). Seguridad y Salud en el Trabajo. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.

MIPRO. (2012). Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores. Ministerio de Industria y Productividad.

Mira, M. (2012). La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: un campo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores. España.

Moliner. (2012). relacion con el rendimiento y rentabilidad en empresas. Papersdeturisme, 75.

Morla, M. (12 de febrero de 2006). Cacao ecuatoriano glorias de siempre. El Universo.

Mujica, M., & Perez, I. (2007). Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad. Revista de Educación, Año 13, Número 24, 290-304.

Murillo, D. (2007). Rescatar la economía económica de Adam Smith. En *Ética, Economía y Empresa* (pág. 39). Barcelona: Gedisa.

Murillo, D., & Arnau, G. (2007). *Ética, Economía y Empresa*. En *La dimensión moral de la economía* (pág. 84). España: Gedisa S.A.

Naciones Unidas. (2000). Declaración del Milenio. Nueva York: Asamblea General.

Nadal, A. (2002). Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México. México: Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.

Narvárez Liceras, A. (2017). Finanzas Corporativas y estudios de casos. Lima: Macro EIRL.

Navarrete, J. (2012). Política Económica. México: Red Tercer Milenio S.C.

Navarro, E. (2008). Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción. Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización , 1917-1927.

Noblejas. (2012). Obtenido de Página 7 Comunicación S.L. C/ Noblejas, 5 Bajo - 28013 Madrid

OCDE. (s.f.). Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>

OCDE/CEPAL/CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*. Paris. Francia. OECD . Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>

Ochoa Setzer , G. (2012). *Administración Financiera*. Mexico: McGraw-Hill.

OEI. (2016). *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura*. Recuperado el 2017, de [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)

Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *La transición de la economía informal a la economía formal* . Obtenido de Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)

Ordiz, M. (2001). Rendimiento. *Dialnet*, I(45), 252.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2015). *Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca*. Roma, Italia: FAO.

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)

Ortega, A. (2016). *Semblanza del Dr. Rodrigo Borja Acto de Investidura Doctor Honoris Causa*. Guayaquil.

Owen, G. (1968). *Game Theory*. Philadelphia: Saunders.

Pacheco, L., & Pacheco, R. (2015). *Evolución de la educación superior en el Ecuador. La Revolución Educativa de la Universidad Ecuatoriana. Pacarina del Sur*.

Páez, T. (2009). *Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de*. Universidad de Valencia, 1-14.

Paladines, C. (2015). *Prospects for change in Basic Education and High School*. Ecuador: 2007-2013. *Praxis Educativa*; vol. 19, 3452.

Palma, S. (2000). *Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias*. *Revista de Investigación en Psicología*, 11-21.

Pardo Granizo, M. A. (2013). *Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro*. Milagro. Ecuador. UEM. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>: <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>

Patricio Peña, presidente del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa (IEGC). (28 de junio de 2017). *El Gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial*. Fundación Corresponsable.

Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Jeremy, D., Rebecca, L., Maitlis, S., y otros. (2005). *Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation*. *Journal of Organizational Behavior*, 379–408.

Pérez, R., & Carrillo, B. (2000). *Desarrollo local: manual de uso* (2da. ed.). Madrid: ESIC.

Pino, J. (2007). *Alto Rendimiento*. Andrews, I(28), 60.

Producción, R. a. (2014). [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec). Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf>

Programa Formación de Formadores en RSE. (s.f.). *Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?*

Pronaca. (2015). *Memoria sostenible de ser Pronaca*. Guayaquil.

Quijije, B., & Verzosi, C. (2017). *Ecuador: Desarrollo local y emprendimiento*. En C. Ronny (Ed.), *Perspectiva del desarrollo regional sustentable en Ecuador* (págs. 47-66). Loja: Ediloja Cia. Ltda.

RAE, R. (2017). *Diccionario de Lengua Española*. Obtenido de Estabilidad: <http://www.rae.es/>

- Ramírez González A. (2010). Metodología de la Investigación Científica.
- Ramirez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). La Motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tubería de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 143-148.
- Ramos Ferrin, V. L. (2006). AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. Guayaquil.
- Ratzel, F. (1902). La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida. Alemania.
- Real Academia Española. (29 de junio de 2012). Diccionario. Obtenido de Sitio web de la Real Academia de la Lengua: <http://www.rae.es/>
- Red de Firmas (PwC). (2016). Informe del King IV sobre Gobierno Corporativo <sup>TM</sup> para Sudáfrica 2016. Sudáfrica: PwC.
- Reinoso, H., & Araneda, B. (2007). Diseño y validación de un modelo de medición del clima basado en percepciones y expectativas. *Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre*, 42.
- Rentería, E. (2004). Empleabilidad: una lectura psicosocial. Seminario Los Trabajos de la Globalización. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.
- Restrepo, L., & Gonzalez, J. (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias*, 183-192.
- Revista Ekos. (06 de 2015). *ekosnegocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>
- Revista Ekos negocios. (2011). Conformación de la Norma ISO 26000. En *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).
- Revista Ekos negocios. (2011). ELCAFÉ y su responsabilidad social. En [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com) (Ed.), *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 68-69). Ecuador.
- Revista Ekos negocios. (2011). Nestlé: Creación de valor compartido. En *Empresas con Responsabilidad Corporativa* (págs. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).
- Revista Ekos negocios. (2017). Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB.
- Revista Líderes. (2015). La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador. Obtenido de Revista Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>
- Reyes, P. (2016). Combustibles fósiles y contaminación. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Rio, M. d. (2013). Relación entre rentabilidad y rendimiento. *Economía*, 73.
- Rios, M. F. (2007). Procesos de Rentabilidad en una Organización. *Psicothema*, I(8), 102.
- Rodríguez Puente, E. (enero de 2005). Boletín Técnico. Obtenido de [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL\\_08\\_05\\_MTY\\_FC.PDF](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL_08_05_MTY_FC.PDF)
- Rodríguez, D. (2005). Diagnóstico Organizacional. Buenos Aires: Editorial Alfaomega.
- Rosero, R., Bermúdez, J., Gómez, G., García, M., & Reyes, I. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 267-284.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). Finanzas corporativas. Mexico: McGraw-Hill Companies.
- Rubio Domínguez, P. (2008). Inreducción a la Gestión Empresarial. Madrid: INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.
- Rubio, P. (2007). Manual de Análisis Financiero. *Derecho y Economía*, I(2), 10.
- Sack, R. (1986). *Human Territoriality: Its theory and history*. Cambridge University : Press.
- Salgado, J., Remeseiro, C., & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. *Psicothema*, 329-335.
- Samuelson, P. (2001). *Macroeconomía*. Décima sexta edición. Barcelona: Mc. Graw Hill.

Samuelson, Paul y Nordhaus William,. (2005). *Economía*. Mexico: McGraw -Hill. 18.a.ed.

Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *researchgate.*, 50-62.

Sánchez, J. (Noviembre de 2015). Tesis de maestría . *Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano en Ecuador*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Ciencias Económicas.

Santos, M. (1994). *O Retorno do Território*. São Paulo: Hucitec-ANPUR.

Sarmiento, S., & Montoya, J. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.

Sashkin, M. (1996). *El Cuestionario MbM Gestion por motivación*.

Satterthwaite, M. A. (1975). Economía, aplicacion de estrategia en la teoria de juegos. *J. Econ. Theory*, 187-217.

Schotter, A., & Schwodiauer, G. (1980). Economía y Teoría de Juegos. *diario of Economic Literature*, 89.

Secretaria de Relaciones Migratorias y Consulares. (Julio de 2007). *Política Migratoria del Ecuador*. Obtenido de <http://www.refworld.org/pdfid/49002e312.pdf>

Segovia, F. (Noviembre de 2016). *Sixto Durán Ballén, el señor Presidente*. *El Comercio*.

Semplades, S. (2013). *Plan nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Semplades.

Senge, P. (2003). *La Quinta Disciplina, El Arte y la Práctica de las Organizaciones que Aprenden*. . Currency.

Serrano Carmona, A. (25 de October de 2015). 47% of working children in Ecuador, in risk situations. 'La Hora', págs. 1-3.

Shubik, M. (1987). *Game Theory in Social Sciences*. Massachusetts: MIT Press.

Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. Londres: Alianza.

Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. (1990). *Economía*. España: MacGraw-Hill, Pag. 3.

Stieler, U. (16 de Julio de 2014). *Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador*. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>

Stiglitz, J. (2002). *El malestar en la globalización (1era ed.)*. España: Litografía Losés S.A.

Superintendencia de Compañía del Ecuador. (2011). *Superintendencia de Compañía del Ecuador*. Obtenido de [www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)

Tafur, G. (2016). Impact of New Policies of Higher Education in Universities and Polytechnic Schools of Ecuador. *Business Magazine*, 27-34.

Talledo, M., & Solòrzano, D. (2013). *Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.

Tarantino , S. (16 de 06 de 2012). *De gerencia*. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de-indicadores>

Tedesco, J. C., & Lopez, N. (2002). Secondary Education challenges in Latin America. *CEPAL Magazine*, 55-69.

Tirole, J. (1988). *La teoría de juegos en la organización industrial*. Cambridge: MIT Press.

Tomalá, M. (2003). *Terminos Económicos*. Manta: Análisis Ediciones.

Topanta Vera, M. I. (2010). *Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Diseño e implementación de Indicadores de Gestión*. Guayaquil, Guayas, Ecuador:: Escuela Superior Politecnica del Litoral.

Toro, F. (1996). *Clima Organizacional y Productividad* . *Temas de administracion*, 66-72.

Torres, R. M. (1990). *Alfabetización de adultos en América Latina: Problemas y Tareas*. Quito: Ciudad Centro de Investigaciones.

Transparency International. (2017). *Transparency International*. Recuperado el 24 de abril de 2017, de [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)

UNESCO. (1988). .

UNESCO. (2006). *El currículo a debate. PRELAC Proyecto regional de educación para américa latina y el caribe*, 1-160.

- UNESCO. (2014). . MARCO DE ACCION PRIORITARIA.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Reglamento de Elecciones y Referendo Reformado Abril 2017. Machala: Secretaría General.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Resoluciones . Machala: Consejo Universitario.
- Valdez, A. (2015). Elaboración de un manual de procedimiento de Seguridad e Higiene del Trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construcción de obras civiles en la empresa FAGA de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/UPS-GT001284.pdf>.
- Valdez, A. (s.f). Influencia del Rendimiento. Dialnet, II(28), 46.
- Vallaes, F. (. (2003). La etica y moral en las instituciones.
- Van Horne C., J. W. (2010). Fundamentos de Administración Financiera (Decimotercera edición ed.). México, México: Pearson Educacion.
- Vásquez, H., & Dacosta, O. (2007). Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas. Ingeniería Investigación y Tecnología, 249-259.
- Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. C., & Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2, No. 2, 429-349.
- Véliz, J., & Díaz, S. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. Universidad ESAN, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.
- Villacís, M. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Villar, L. (2007). Estado de derecho y Estado social de derecho. Revista Derecho del Estado,, 10(20), 73-96.
- Vinogradoff, L. (05 de 04 de 2014). Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano Leopoldo López. ABC International.
- Vistazo. (2016). La industria de bebidas se fortalece con inversión.
- Viteri Díaz, G. (2006). Education situation in Ecuador. Latin American economy Observatory, 1-24.
- Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de latinoamerica. Washington.
- Wateryear. (2007). Obtenido de [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007
- world bank group. (2006). ¿Qué es RSE?
- Yakumuseoagua. (2008). Obtenido de [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008
- Zavala Egas, Z. (1999). Corrupción política: El caso del Ecuador. Corrupción política: El caso del Ecuador. Guayaquil.

# La responsabilidad social empresarial: Su aplicación en los supermercados de la ciudad de Machala

**Virgilio Salcedo-Muñoz**

Universidad Técnica de Machala  
vsalcedo@utmachala.edu.ec

**Holger Bejarano Copo**

Universidad Técnica de Machala  
hbejarano@utmachala.edu.ec

**Alexander Herrera Freire**

Universidad Técnica de Machala  
aherrera@utmachala.edu.ec

## Resumen

El tema que se expone a continuación es sobre la Responsabilidad Social Empresarial aplicada a los supermercados de la ciudad de Machala, definiendo a la RSE como elemento importante en las empresas puesto que busca mejorar la sociedad, tanto en la parte económica, social y ambiental, a través de inversiones que ofrecen beneficios a la sociedad. Además, la Responsabilidad Social Empresarial es considerada como una estrategia competitiva debido a que obliga a las empresas a ofrecer mejores servicios. Se origina con el fin de reparar a la sociedad de los daños causados por la empresa en la realización de sus fines. Por lo que se analizará de qué manera los supermercados aplican la Responsabilidad Social Empresarial en sus actividades. Esta investigación busca examinar las diferentes formas o métodos que los supermercados de dicha ciudad están realizando o implementando de acuerdo a nuestro contexto, indagando cómo aplican la RSE, en donde y cuáles son los beneficios que aportan con sus obras. La metodología aplicada consistió en la aplicación de encuesta a los directivos y personal administrativo de cada uno de los supermercados existentes en la ciudad de Machala, posterior se tabularon los resultados con el propósito de entender el nivel de RSE en este sector económico de la ciudad.

**Palabras claves:** Responsabilidad Social Empresarial, RSE, Desarrollo Social, Supermercado, Innovación,

## Abstract

The following topic is about Corporate Social Responsibility applied to supermarkets in the city of Machala, defining CSR as an important element in companies since it seeks to improve society, both in the economic, social and environmental, Through investments that offer benefits to society. In addition, Corporate Social Responsibility is considered as a competitive strategy because it forces companies to offer better services. It originates in order to repair to society the damages caused by the company in the accomplishment of its aims. So we will analyze how supermarkets apply Corporate Social Responsibility in their activities. This research seeks to examine the different forms or methods that the supermarkets of that city are out or implementing according to our context, investigating how they apply CSR, where and what are the benefits that contribute with their works. The applied methodology consisted in the application of a survey to the managers and administrative staff of each of the existing supermarkets in the city of Machala, later the results were tabulated with the purpose of understanding the level of CSR in this economic sector of the city.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, CSR, Social Development, Supermarkets, Innovation, Investigation.



### Acercamiento a la Responsabilidad social

Al tratar de conceptualizar o definir a la Responsabilidad Social Empresarial (De ahora en adelante RSE), nos encontramos con una inmensidad de definiciones o conceptualizaciones tanto de autores como de organismos tanto públicos como privados. En base a todo lo revisado podríamos lanzar la siguiente definición construida; se define a la RSE como las acciones voluntarias de carácter social, económico y ambiental llevadas a cabo por la empresa, con el fin de apalar los efectos adversos producto de sus operaciones, los que recaen sobre sus stakeholders (Sethi, 1975; Carroll, 1979; 1991; 1999; Alhouthi, Johnson, & Holloway, 2015; Delbard, 2008; Jamali, 2008; Marens, 2008; Gjølborg, 2009; Popoli, 2011; Mutti, Yakovleva, Vazquez-Brust, & Di Marco, 2012; Suescun Pozas, Lindsay, & du Monceau, 2015). Complementando lo anterior los autores Bateman & Snell (2005), quienes consideran que la empresa socialmente responsable maximiza los efectos positivos sobre la sociedad y minimiza sus efectos negativos, por lo que esto conlleva a beneficios a largo plazo, tendientes a lograr un desarrollo sostenible.

Todas las empresas que busquen un crecimiento sostenible, es necesario que estén asociadas con la visión de desarrollo de la sociedad buscando siempre estrategias de negocios que logren la integración de estos aspectos fundamentales.

La Empresa debe conseguir una armonía entre lo que quiere lograr y lo que es correcto para la sociedad. En la actualidad la sociedad se siente más comprometida con los derechos humanos, el medioambiente y el bienestar social y presionan a los distintos gobiernos para la publicación de políticas en apoyo al desarrollo sostenible.

### Desarrollo

La RSE ha sido una de las teorías estratégicas que ha evolucionado a lo largo del tiempo, sin embargo la historia indica que nació siendo simplemente Responsabilidad Social puesto que la era de la prominencia de negocios y corporaciones aún estaba creciendo. No fue hasta los años 1930 a 1940 que se empezó a implementar la parte empresarial conjuntamente con este término e inclusive en obras y escritos como el de Theodore Kreps (1940), titulado *Measurement of Social Performance of Business*.

Sin embargo, es en los años 50 cuando en Estados Unidos aparecen los fondos de inversión éticos, los cuales servían para presionar a las empresas relacionadas con actividades comerciales poco éticas, como era el caso de la industria armamentística, principalmente durante la guerra de Vietnam. Es entonces cuando se inicia la aplicación de la RSE en grandes corporaciones como los supermercados.

Es en esta misma década autores como Bowen (1953) en su tratado *The Social Responsibilities of the Businessman*, postula que es obligación de los empresarios el buscar políticas y tomar decisiones, con el propósito de seguir las líneas de actuación que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad. Por su parte, (Carroll, 1979) lo expresa como el modo en que la empresa reacciona a las expectativas económicas, legales, éticas o discrecionales que la sociedad tiene frente a las organizaciones, en su tratado sobre las dimensiones de la RSE (Cox Moura-Leite & Padget, 2014; Kumar, Boesso, & Michelon, 2016; Warnaaars, 2012).

Más adelante se destaca una de las teorías fundamentales y vertebral de la RSE, esta es la teoría de los Stakeholders de Freeman (1984), en dicha teoría se postula la importancia de los grupos de interés frente a las acciones y decisiones tomadas por la empresa (Fassin, 2011; R. E. E. Freeman & McVea, 2001; R. E. Freeman

& Gilbert, 1996; Iese Business School, 2009; Stieb, 2009), acciones que inciden de forma positiva o negativa, directa o indirecta sobre los stakeholders (Fonseca, Ramos, Rosa, Braga, & Sampaio, 2016; Gonzalez, 2007; Mitchell, Van Buren, Greenwood, & Freeman, 2015; Peloza & Shang, 2010).

Además de los intereses económicos propios, las empresas pueden tener otras preocupaciones estrictamente sociales, como el bienestar de sus trabajadores, las comunidades locales, o el medio ambiente. Por medio de la RSE las empresas adoptan políticas sociales y medioambientales como parte de su gestión empresarial para compensar de algún modo el impacto que estas organizaciones causan en la sociedad.

Como se ha visto, existen múltiples teorías interconectadas entre ellas en cuanto al concepto de RSE. De acuerdo con el análisis realizado por múltiples autores, estas teorías pueden agruparse en cuatro grandes enfoques o áreas:

**Figura 1.** Clasificación de las Teorías de la Responsabilidad Social Empresarial



Elaborado por los autores en base a: (Garriga & Melé, 2004 ; Blasco & Zolner, 2010 ; Fu, Ye, & Law, 2014 ; Szczepankiewicz & Mućko, 2016)

Se entiende que la integración de estas teorías de RSE, en la gestión empresarial supone y sugiere la adopción de prácticas de ámbito social, económico y medioambiental, afianzados en los principios universales de la RSE propuestos y enmarcados tanto en iniciativas, acuerdos multilaterales o normas como GRI, OCDE, Principio del Ecuador, ISO 26000, Pacto Mundial, entre otros:

- 1) **La voluntariedad** (Correa, 2007; Daniel Cohen, 2007; Domínguez Martín, 2008);
- 2) **La transparencia** (Canyelles, 2011; Cepal, 2013; Chumaceiro Hernandez & Hernandez de Velazco, 2016) de la información de los resultados obtenidos;
- 3) **La rendición de cuentas** (Moneva Abadía & Hernández Pajares, 2006; Nuñez, 2003; Quezada, 2011);
- 4) **El comportamiento ético** (Kirschner, 2006; Mario & Guadrón, 2014; Nuñez, 2003);
- 5) **El respeto a los stakeholders** (Hernández, Álvarez Giraldo, & Naranjo Valencia, 2011; Moguel, 2012; OCDE, 2016);
- 6) **El respeto al principio de legalidad** (Chumaceiro Hernandez & Hernandez de Velazco, 2016; Muro, 2003; Parra Bernal & Argote Cusi, 2014; Tokman, 1987);
- 7) **El respeto y aplicación de la normativa internacional de comportamiento** (Sánchez-Albavera & Lardé, 2006);
- 8) **El respeto a los derechos humanos** (Gómez, 2011; Hernández Páez, Peña Hernández, & Rubianon Mesa, 2005; Rivera, 2015).

## La responsabilidad social empresarial en los supermercados de la ciudad de Machala Provincia de El Oro

El periodo de la Economía industrial moderna en Estados Unidos es el que da apertura a la aparición de los supermercados debido a que los inmigrantes europeos se veían atraídos por su gran desarrollo económico, por ello la población deja de ser una sociedad agraria de pequeños productores, para transformarse en una sociedad urbana dominada por corporaciones industriales.

Los supermercados se han constituido en un sector económico de mucha importancia en las economías desarrolladas, emergentes y en vía de desarrollo, conceptualizado desde la perspectiva de Zimmerman (1955) como un establecimiento de ventas al detalle con muchas secciones, que vende comestibles y otras mercancías, de propiedad total del que lo lleva o bien funcionando por concesión, con un espacio adecuado para el estacionamiento de coches y haciendo un mínimo de 250,000.00 dólares al año.

El objetivo principal del supermercado es lograr un volumen de ventas eficaz recurriendo a métodos tales como precios atractivos, técnicas de exposición, autoservicio, facilidades convenientes y atractivas de compras, promociones y publicidad, inventarios grandes incluyendo artículos de diversas líneas.

El sector de los supermercados en el Ecuador se ha constituido en uno de los de mayor importancia, su crecimiento, evolución y posicionamiento ha sido notable; esta industria en este país sobrepasa las expectativas generadas en otros sectores importantes. De acuerdo a la revista Ecuatoriana Ekos, en su ranking de empresas, en el año 2016 la empresa con mayores ingresos es una perteneciente al sector de los supermercados, y al realizar un corte de las 20 mayores en cuanto a ingresos, tanto la cuarta y la onceava pertenecen a este sector, inclusive la quinta y la quinceava se relacionan al mismo, tal como se observa en el cuadro siguiente:

**Cuadro 1.** Ranking de las 20 empresas con mayores ingresos en Ecuador

Pos. (ventas)	Empresa	Ingresos	Utilidad	Utilidad / Ingresos
1	CORPORACION FAVORITA C.A.	1,989,012,100	221,494,932	11.14 %
2	Claro	1,540,225,902	278,590,000	18.09 %
3	Banco Pichincha	1,132,450,487	58,450,690	5.16 %
4	CORPORACION EL ROSADO S.A.	1,051,620,924	39,121,961	3.72 %
5	PROCESADORA NACIONAL DE ALIMENTOS C.A. PRONACA	995,818,210	65,593,561	6.59 %
6	GENERAL MOTORS DEL ECUADOR S.A.	908,280,448	78,639,878	8.66 %
7	DINADEC S.A.	799,453,248	56,927,700	7.12 %
8	TELEFONICA MOVISTAR	680,470,000	87,660,000	12.88 %
9	DISTRIBUIDORA FARMACEUTICA ECUATORIANA (DIFARE) S.A.	641,138,066	15,867,601	2.47 %
10	CORPORACION GRUPO FYBECA S.A. GPF	634,900,000	19,100,000	3.01 %
11	TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS TIA S.A.	623,962,317	54,071,099	8.67 %
12	ANDES PETROLEUM ECUADOR LTD.	588,046,551	134,158,400	22.81 %
13	OMNIBUS BB TRANSPORTES S.A.	583,186,314	46,778,448	8.02 %
14	ARCA ECUADOR S. A.	552,079,450	50,937,653	9.23 %
15	NESTLE ECUADOR S.A.	525,459,537	35,409,344	6.74 %
16	CONSTRUTORA NORBERTO ODEBRECHT S. A.	512,007,947	36,413,035	7.11 %
17	CERVECERIA NACIONAL CN S. A.	502,917,164	204,339,166	40.63 %
18	HOLCIM ECUADOR S. A.	493,558,357	169,721,976	34.39 %
19	Banco del Pacífico S.A.	474,508,182	50,862,640	10.72 %
20	PRIMAX COMERCIAL DEL ECUADOR S.A.	471,548,409	11,037,950	2.34 %

Elaborado por: los autores

Tomado y adaptado de: (Ekos, 2017)

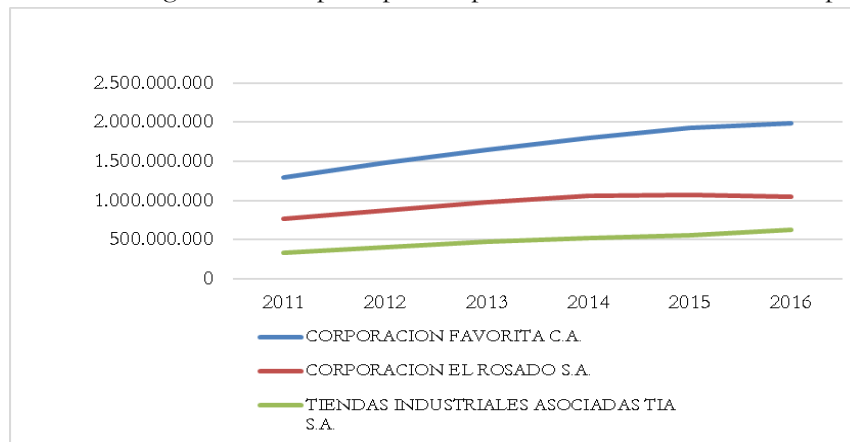
De la misma manera se observa que este sector en Ecuador presenta un crecimiento sostenible en cuanto a ingresos, que se destaca por su expansión y mayor posicionamiento comercial en los mercados de todas las provincias, y que año a año superan a otro tipo de empresas como la de telecomunicaciones que compiten con esta industria.

**Cuadro 2.** Evolución de los ingresos en los principales supermercados en Ecuador

Empresa/ Ingresos por Año (miles de dólares)	2011	2012	2013	2014	2015	2016
CORPORACION FAVORITA C.A.	1.292.801.492	1.488.840.879	1.647.002.801	1.803.891.214	1.925.644.051	1.989.012.100
CORPORACION EL ROSADO S.A.	767.688.290	867.827.368	983.931.851	1.058.166.055	1.076.724.757	1.051.620.924
TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS TIA S.A.	332.813.025	399.367.298	478.456.687	518.813.022	559.814.935	623.962.317

**Elaborado por:** Los autores  
Tomado y adaptado de: (Ekos, 2017)

**Gráfico 1.** Tendencia de los ingresos de los principales supermercados en Ecuador en el periodo 2011 - 2016



**Elaborado por:** Los autores  
Tomado y adaptado de: (Ekos, 2017)

Entre los principales tipos de supermercados existentes en Ecuador, encontramos los siguientes:

**Cuadro 2.** Tipos de supermercados existentes en Ecuador

SUPERMERCADO	Ubicado dentro del área urbana de la ciudad, sus principales productos de venta son de alimentación, limpieza, higiene personal y perfumería. Ejemplo: Súper Tía y Aki.
HIPERMERCADO	Por lo general se encuentran en las afueras de la ciudad, posee un tamaño superior al supermercado con más variedad de productos como papelería, alimentación, farmacia, línea textil, entre otros. Ejemplo: HiperMarket.
CENTROS DE VENTA MAYORISTA	Se caracterizan por mantener los precios de los productos prácticamente al costo y no está abierto al público en general, puesto que sus ventas son al por mayor para el pequeño y mediano comerciante que ofrece estos productos en sus establecimientos. Ejemplo: Sivimarket

**Elaborado por:** Los Autores  
**Fuente:** Entrevista

La Responsabilidad Social Empresarial está adquiriendo cada vez mayor presencia en las empresas de distribución comercial, esto es debido a los cambios en el comportamiento de los consumidores, quienes empiezan a sentir preocupación por los efectos de sus elecciones de consumo. (Sarabia Sánchez & De Juan Vigaray, 2010), en la actualidad nos encontramos con consumidores que buscan adquirir sus productos en empresas con prácticas socialmente responsables (Boza Chirino & Perez Estevez, 2009; Calle Ramírez & Santacruz Moncayo, 2011; Comisión Europea, 2001; Gaete Quezada, 2010; Moguel, 2012; Morán, Rodríguez, Torres, Aguilar, & Villalta, 2016).

Una de las grandes razones por cual aplicar la Responsabilidad social empresarial es para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades del futuro para atender sus propias necesidades y así crecer como empresa; el implantar de manera voluntaria la RSE como estrategia genera competitividad, expansión y valor empresarial.

La ciudad de Machala, es una de las cinco principales urbes del país, su economía gira en torno a actividades económicas como producción de banano, camarón, comercio, entre otras; De acuerdo al INEC (2010) la población en la ciudad de Machala es de 241606 habitantes. A continuación en las figuras 2 y 3 se observa el perfil económico del cantón Machala con sus principales actividades, y se observa además que el sector de los supermercados que se encuentra inmerso en actividades de comercio es la que mayores ingresos y empleo generan en la ciudad.

**Figura 2.** Perfil económico del Cantón Machala



**Tomado de:** Censo Nacional Económico (INEC, 2011)

Con respecto a la información brindada por parte de los supermercados, todos sin excepción conocen que es y para qué sirve la RSE, considerando que es muy importante la RSE para el desarrollo de la sociedad de manera obligatoria.

Tras esta breve descripción del entorno de la ciudad de Machala, lugar donde se efectuó el presente trabajo, se procede a indagar el nivel de RSE aplicado por los principales supermercados existentes.

### Metodología

La metodología hace referencia al camino de procedimientos que se han utilizado para alcanzar los objetivos que rige nuestra investigación obteniendo un resultado teóricamente válido para así comprender el estudio del

problema y poder analizarlo. El tema de nuestra investigación se elaboró con respecto a una problemática basada en la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los supermercados de la ciudad de Machala. La población seleccionada objeto de estudio, mediante observación directa fueron los 6 principales supermercados existentes en la ciudad “SUPERMAXI”, “SUPER TIA S.A”, “MI COMISARIATO”, “AKI”. “SIVIMARKET”. “LA CASITA; considerando variables como: Tamaño, número de trabajadores, antigüedad en el mercado, posicionamiento de mercado, entre otras.

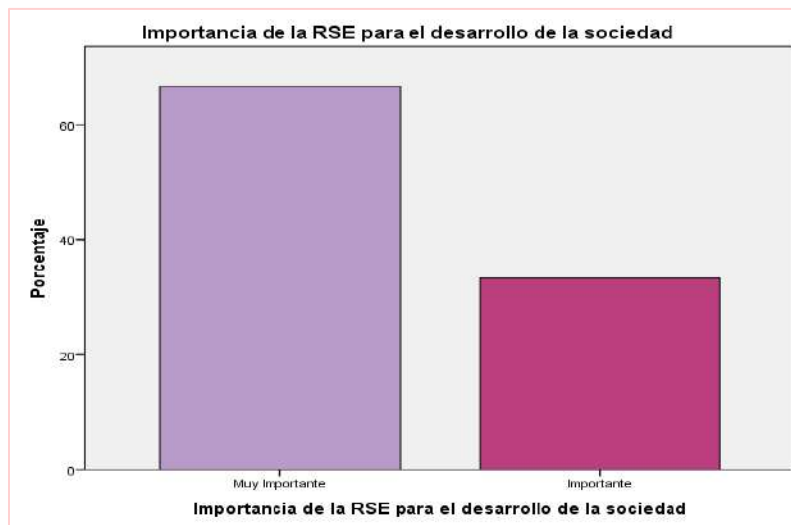
El presente trabajo es de tipo descriptivo y experimental, es decir se utilizara como instrumento la aplicación de encuestas(Bernal, 2010) aplicadas a los gerentes generales o administradores de dichas empresas; para posteriormente determinar la responsabilidad social empresarial ya antes mencionada. La encuesta se estructuró en bloques que van desde el conocimiento general de RSE, hasta la relación con trabajadores, clientes, proveedores, estado, y comunidad afianzados en la teoría de los stakeholder de Freeman(1984).

La tabulación que se realizó es de carácter estadístico básico, que refleja de modo sencillo y claro la aplicación de RSE en el sector de los supermercados en la ciudad de Machala, procedimiento realizado con el software estadístico SPSS versión 16.

## Resultados y discusión

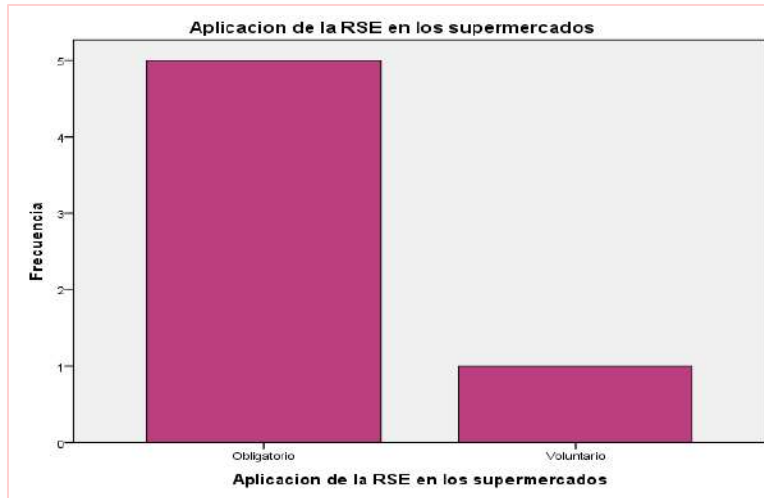
A continuación se presenta tabulación básica de las encuestas aplicadas a los principales supermercados de la ciudad de Machala.

### 1. ¿Qué tan importante cree usted que es la Responsabilidad Social Empresarial para el desarrollo de la sociedad?



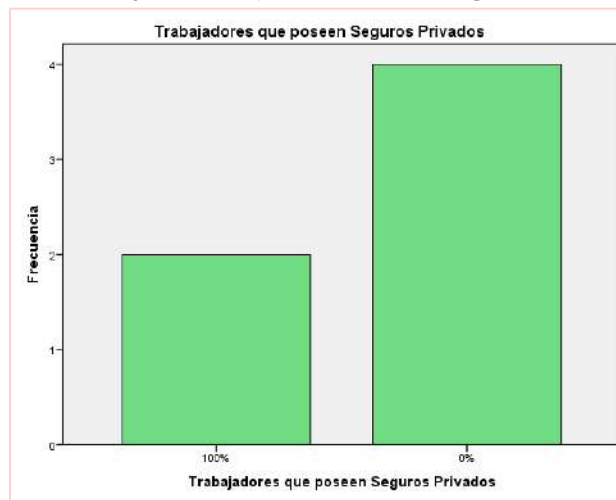
De los supermercados encuestados, el 66,7% consideran que es muy importante la RSE para el desarrollo de la sociedad, y el 33,3% de supermercados consideran que solo es importante, por lo que se refleja que el compromiso de los supermercados con los grupos de interés no es aun total .

2. Piensa usted que la Responsabilidad Social Empresarial dentro de los supermercados debe ser de manera obligatoria o voluntaria.



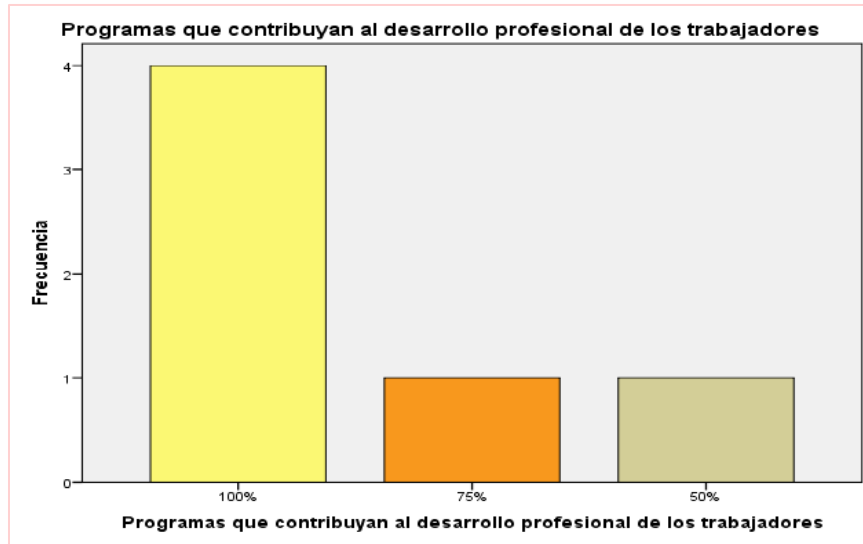
Aquí se observa que el 83,3% de los supermercados piensan que es de manera obligatoria la aplicación de la RSE, pero el apareamiento de la RSE fue para que su aplicación sea de manera voluntaria pues tienen un compromiso esencial con la sociedad.

3. Además del Seguro estatal, ¿Los trabajadores poseen algún tipo de seguro privado?



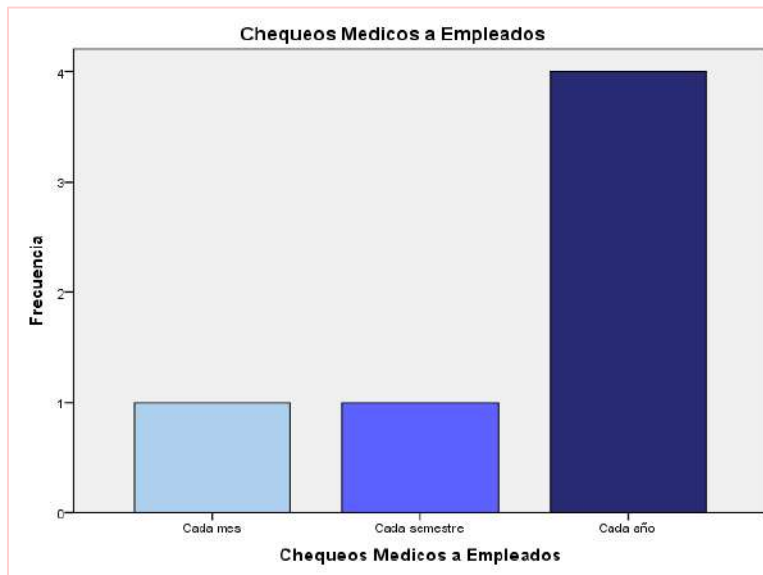
Se puede observar que el 66,7% de los supermercados no tienen un seguro privado para sus trabajadores el cual es un seguro adicional que ayuda a resguardar la seguridad física de los mismos, pero un 33,7% si poseen la adquisición de seguros privados para sus trabajadores.

4. ¿Su Supermercado realiza programas que contribuyen con el desarrollo profesional de sus trabajadores?



Observamos que un 66.7% de las empresas realizan programas que contribuyen con el desarrollo profesional de sus trabajadores en un 100% mientras que el 16.7% cree que solo aportan un 75 % finalmente el 16.7% restante consideran que dichos programas aportan al desarrollo profesional un 50%, manteniendo un margen aceptable a la introducción de estos programas para mejorar el servicio y la calidad de atención en sus empresas.

5. ¿El Supermercado realiza chequeos médicos respectivos a la nómina de empleados?



Los 6 supermercados corresponden a realizar los respectivos chequeos médicos a la nómina de empleados en un 16.7 % correspondiente a cada mes, también al 16.7% cada semestre y por último el 66.7% que tiene necesidad por hacer el respectivo chequeo médico cada año, lo que refleja que una vez por año laboral se realizan los chequeos médicos pertinentes como filtro para salvaguardar la salud de sus empleados.

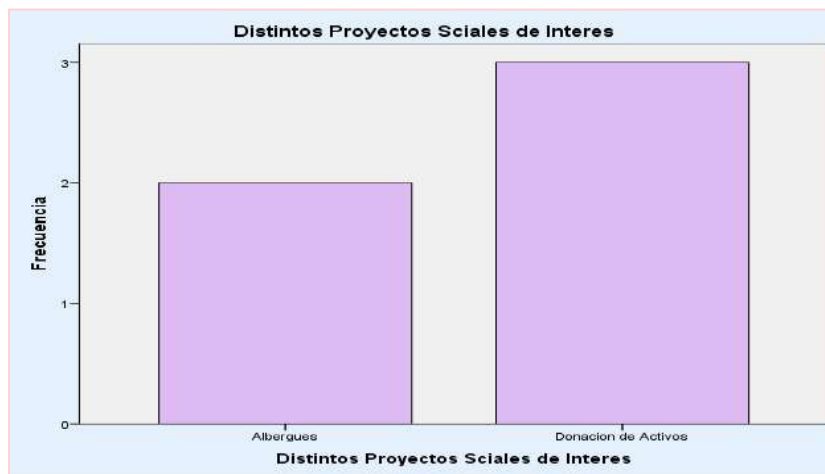


6. Dentro del plan de inversión del supermercado, ¿Hay una planificación para proyectos de inversión social?



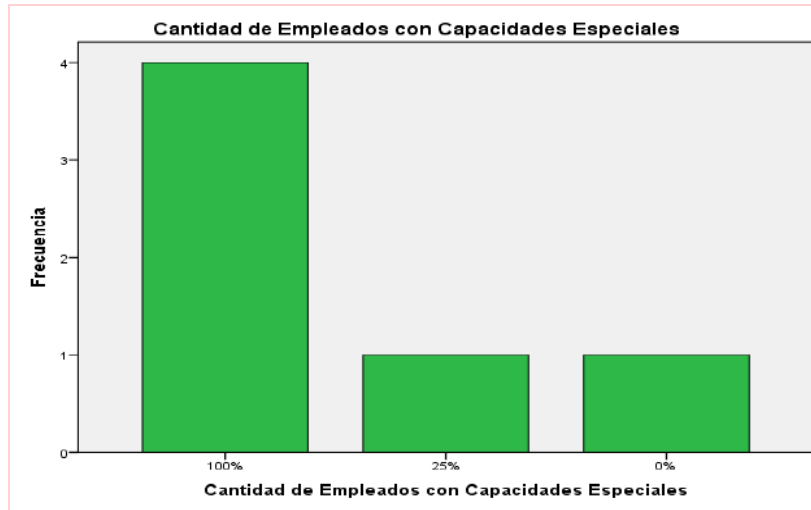
Con los respectivos datos se denota que un 66,7% de supermercados realiza en su totalidad una planificación congruente destinada a la inversión social, 16,7% que realiza dicha planificación con menor frecuencia y un 16.7% que no realiza ningún arreglo para invertir en el área social.

7. Si la respuesta de la pregunta anterior fue positiva. Seleccione ¿Cuáles son los proyectos sociales de interés?



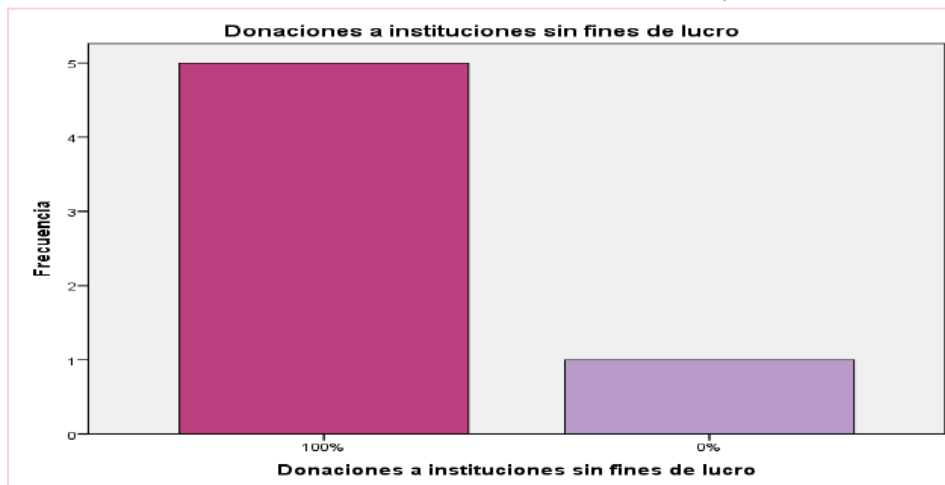
Con los datos existentes se dio a conocer que existe un 40% de supermercados que poseen mayor inclinación para proyectos sociales de interés que estén relacionados con albergues sin embargo un 60% tiene interés profundo en aportar a la sociedad mediante donación de activos.

8. ¿Su supermercado cuenta con trabajadores con capacidades especiales?



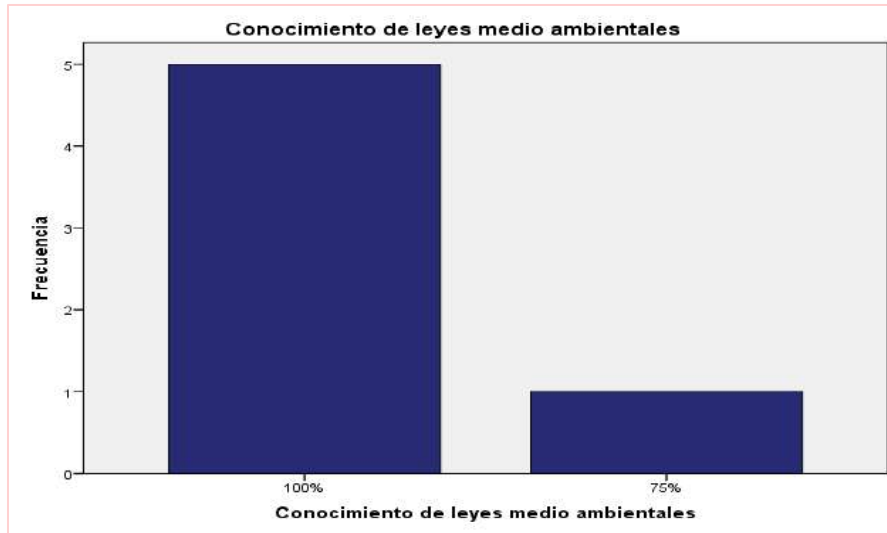
Los supermercados que acatan la ley de contratar personas con capacidades especiales **a partir de 15 trabajadores es de 66,7%**, un 16,7% tienen menor cantidad de personas con capacidades especiales y 16,7% que no tiene ningún trabajador. Sin embargo se debe tener en cuenta la diferencia de la cantidad de trabajadores que existe, por ejemplo, la cantidad de empleados de supermaxi no es igual a la de la casita.

9. ¿Su supermercado realiza donaciones a instituciones públicas y privadas sin fines de lucro?



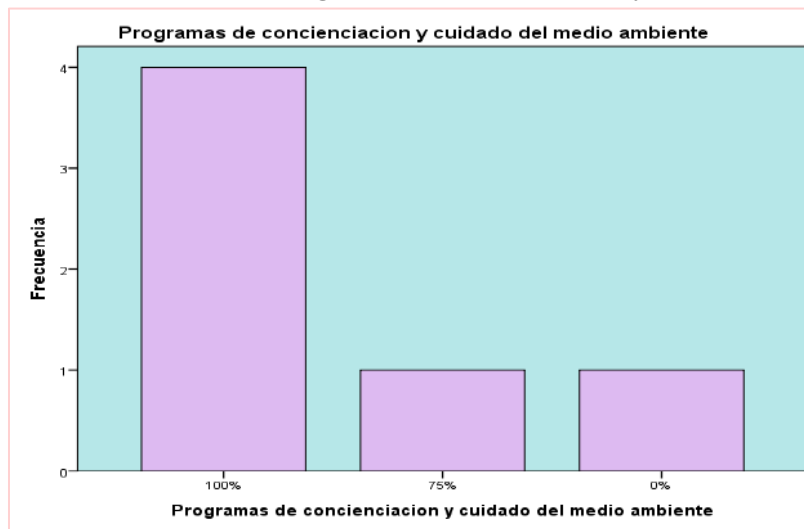
De acuerdo a los datos recolectados se concluye que el 83,3% de supermercados en Machala realiza donaciones a instituciones sin fines de lucro lo cual indica un aporte de gran relevancia hacia aquellas organizaciones que tienen como fin prestar sus servicios hacia la sociedad sin interés monetario alguno sin embargo también existe un 16,7% que no realiza dicha actividad.

10. ¿Conoce su supermercado las leyes medio-ambientales existentes a las que se encuentra sujeta por la actividad que desarrolla?



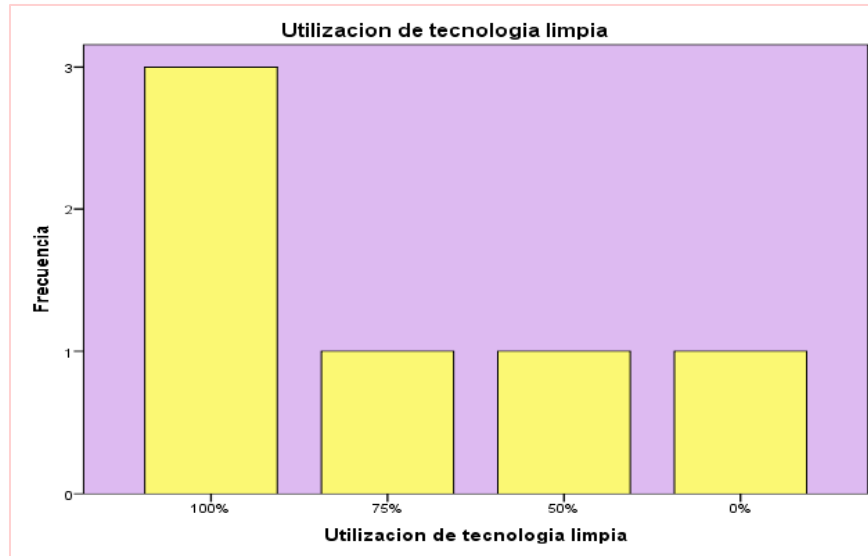
Con respecto al entendimiento de leyes medio ambientales se ha dado a conocer que un 83,3% de supermercados posee dicho conocimiento y un 16,7% tiene escaso conocimiento, dichos datos indican que la mayoría de población de supermercados en Machala tiene suficiente conocimiento en cuanto a las actividades que deben realizar con respecto al medio ambiente.

11. ¿Contiene su supermercado un programa de concienciación y cuidado del medio ambiente?



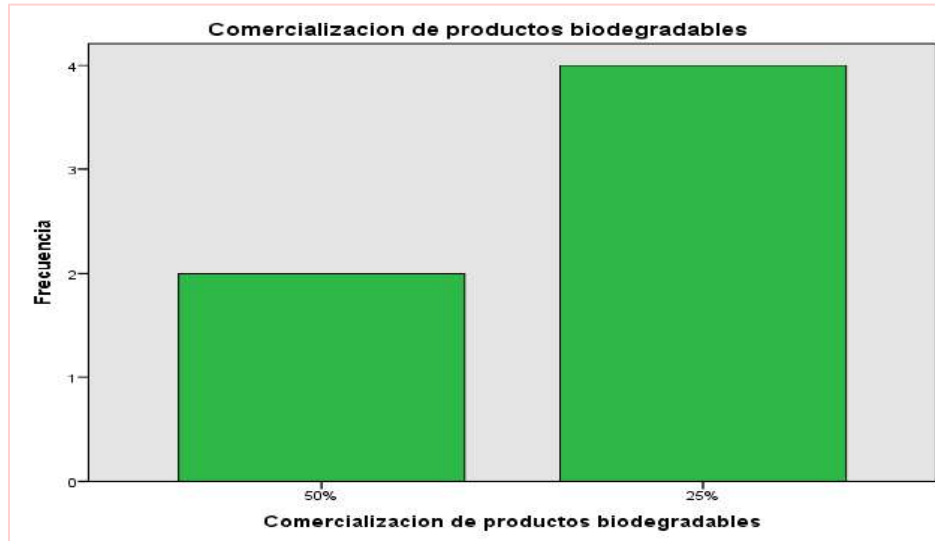
Se ha determinado que el 66.7% de los supermercados encuestados contienen un alto rendimiento de programas de concienciación y cuidados al medio ambiente, mientras que el 16,7% solo consta con el 75% de los programas nombrados y que el 16,7% restante no contiene en lo absoluto dichos programas.

12. ¿Su empresa (supermercado) utiliza tecnología limpia que ayuda a reducir el daño al medio ambiente por la actividad que realizan?



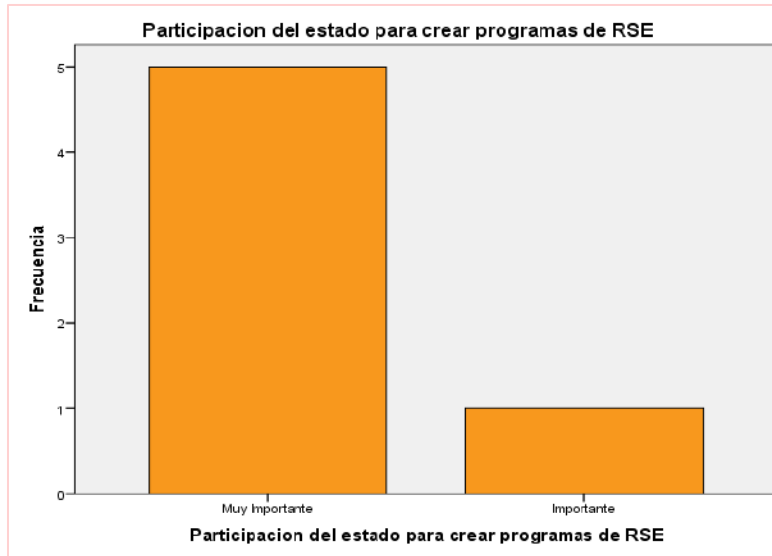
Se ha determinado que el 50% de los supermercados siempre utiliza tecnología limpia que ayuda a reducir el daño ocasionado en el medio ambiente y que el otro 50% está distribuido equitativamente en los otros rangos porcentuales.

13. ¿Cuál es el porcentaje de productos biodegradables que comercializan su supermercado?



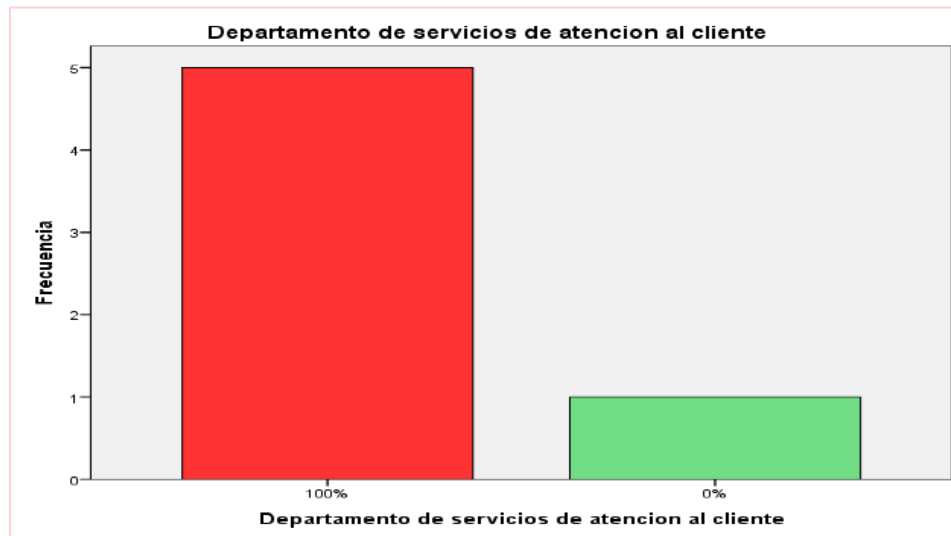
Acorde al análisis realizado se ha determinado que el 66,7% de los supermercados comercializa productos biodegradables en un 50%, mientras que el porcentaje faltante de los supermercados realiza esta actividad en un 25%, al utilizar estos productos están ayudando a reducir la contaminación y por ello los supermercados que tiene un bajo porcentaje de estos productos deberían concientizarse y llegar al punto de implementarlos más en sus perchas.

14. ¿Qué tan importante cree usted que es la participación del Estado hacia las empresas (supermercados) para crear programas de Responsabilidad Social Empresarial?



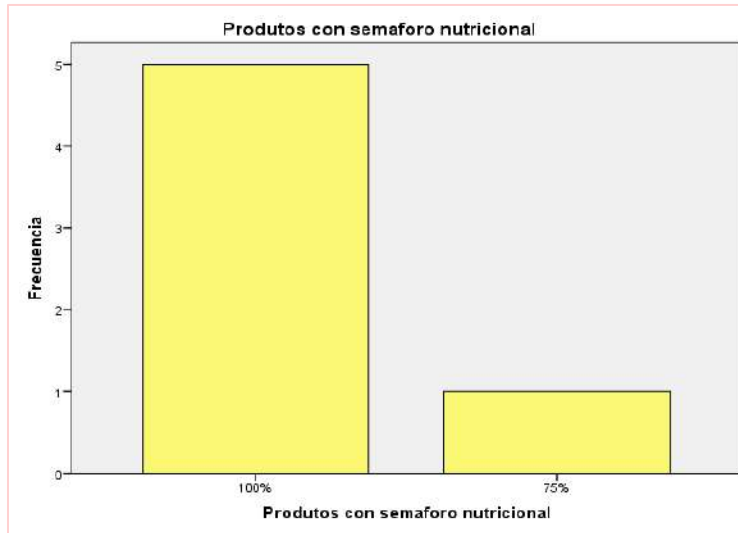
En los datos de las encuestas realizadas a los supermercados, cinco de ellos nos supieron afirmar que consideran muy importante la participación de la RSE en la creación de programas, mientras que el supermercado faltante nos reveló que lo considera importante. Por este motivo la participación del estado es indispensable para el desarrollo e innovación constante del RSE.

15. ¿Posee su empresa supermercado un departamento de Servicio y Atención al Cliente?



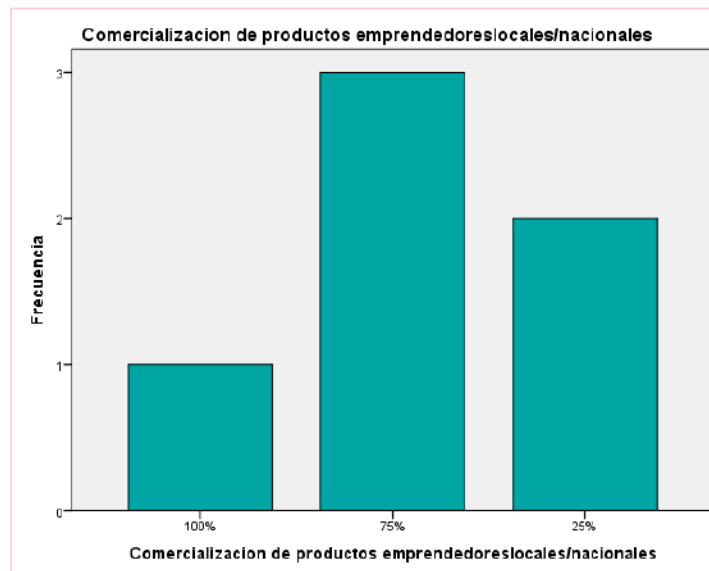
En referencia a la investigación planteada se ha determinado que todos los supermercados analizados constan con un departamento de Servicio y Atención al cliente representando al 100%, siendo esto algo indispensable en cualquier supermercado por la gran ayuda que brindan al cliente en alguna duda o problema que tengan. El departamento de Servicios y Atención marca continuidad con respecto a brindar un excelente servicio.

16. ¿Cuál es el porcentaje de comercialización de productos que posee la etiqueta de semáforo nutricional?



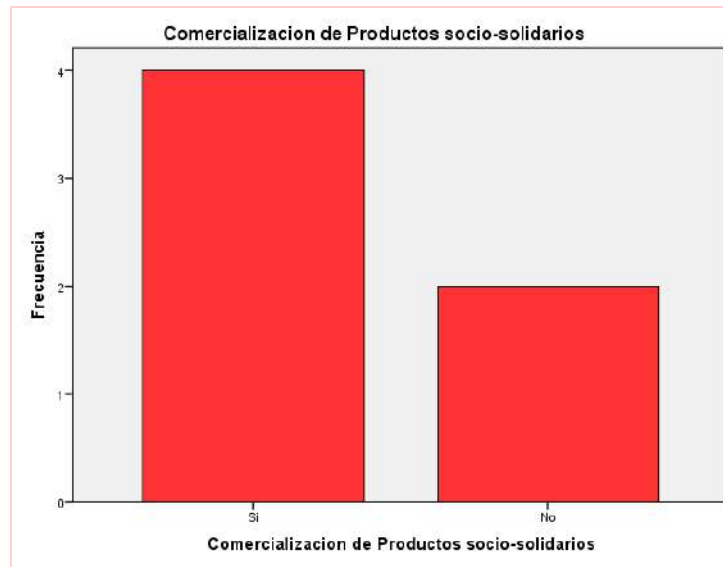
Respecto a la información obtenida determinamos que el 83,3% de los supermercados tienen todos sus productos con la etiqueta del semáforo nutricional, mientras que el 16,6% de los supermercados restantes solo el 75% de sus productos contienen dicha etiqueta. Por tal motivo la introducción de productos con el semáforo nutricional en las perchas de sus respectivas empresas.

17. ¿Incentiva su supermercado a apoyar la venta de productos de emprendedores locales y/o nacionales?



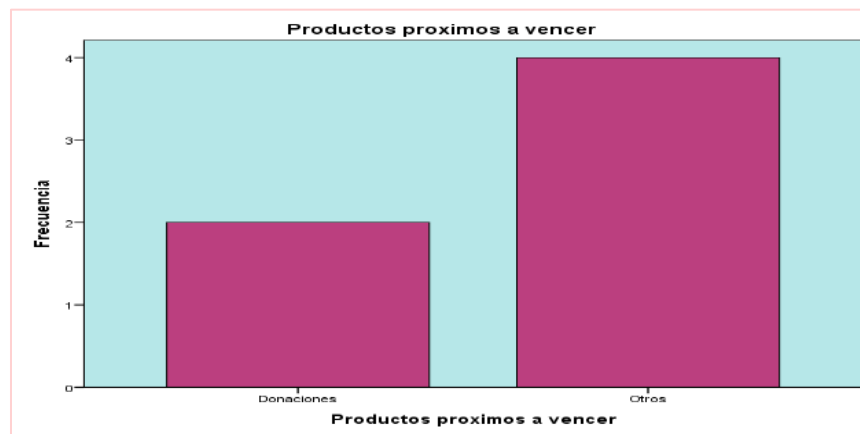
Determinamos que solo un supermercado siempre apoya la venta de productos emprendedores locales y/o nacionales, mientras que tres de los supermercados apoyan en un 75% ,y que dos apoyan con un 25% en la incentivación a la venta de los productos de emprendedores locales.

18. ¿Su supermercado comercializa productos socio-solidarios?



Se pudo determinar que 4 de los supermercados si tienen una comercialización de productos-solidarios y que los dos restantes no comercializan en lo absoluto los estos productos.

19. ¿Qué acciones toma su supermercado con los productos con los productos que están próximos a vencer?



Dos de los supermercados investigados se dedican a las donaciones con los productos que están próximos a vencer y los demás optan por realizar otras acciones al tener en su supermercado productos próximos a vencer.

**Conclusiones**

La Responsabilidad Social Empresarial es un tema que en la actualidad ha surgido con mayor asiduidad. En la ciudad de Machala está surgiendo la aplicación de dicho concepto en distintas áreas como es la de las empresas dedicadas a la comercialización de alimentos y productos relacionados a las necesidades del hogar. Los supermercados han implementado dicha estrategia dentro de sus actividades; sin embargo, esta ejecución paulatina de la RSE se ha dado debido a presiones coercitivas que nacen vía normas jurídicas dadas desde el estado.

En el estudio se observa que las empresas que mayormente se alinean a las prácticas de RSE son las empresas

con presencia a nivel nacional, las cuales poseen programas y estrategias acordes a las necesidades de los grupos de interés. En cambio los supermercados de carácter local no tienen implementados programas propios acordes a los principios, iniciativas o normas que giran en torno a la RSE.

Se concluye que en el país y de forma particular en la ciudad de Machala, el cumplimiento de la RSE por parte de los supermercados es de carácter obligatorio, es decir por las exigencias estatales o por ciertas demandas sociales de los stakeholders, y que el principio de voluntariedad aun es ajeno a la visión empresarial de este importante sector económico del país.

### Referencias bibliográficas

- Alhouthi, S., Johnson, C. M., & Holloway, B. B. (2015). Corporate social responsibility authenticity: Investigating its antecedents and outcomes. *Journal of Business Research*, 69(3), 1242–1249. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.09.007>
- Bateman, T. S., Snell, S. A., & Almada, M. G. C. (2005). *Administración: un nuevo panorama competitivo*. McGraw-Hill. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=ILq4PwAACAAJ>
- Bernal, C. A. T. (2010). *Metodología de la investigación. Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*.
- Blasco, M., & Zolner, M. (2010). Corporate Social Responsibility in Mexico and France Exploring the Role of Normative Institutions. *Business & Society*, 49(2), 216–251. <http://doi.org/10.1177/0007650307309434>
- Boza Chirino, J., & Perez Estevez, D. (2009). Estudio de la Responsabilidad Social de las Empresas . Aplicaciones a las empresas de Gran Canaria. *Economic Analysis Working Papers*, 8(4).
- Calle Ramírez, D. C., & Santacruz Moncayo, T. C. (2011). Modelo de responsabilidad social universitaria aplicado en la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca. Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. Retrieved from <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/1331>
- Canyelles, J. M. (2011). Responsabilidad social de las administraciones públicas. *Revista de Contabilidad Y Dirección*, 13, 77–104.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 39–48. [http://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](http://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268–295. <http://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Cepal. (2013). *La Responsabilidad Social Empresarial: Una Prioridad en el Mundo del Empresario Moderno*. Cepal.
- Chumaceiro Hernandez, A., & Hernandez de Velazco, J. (2016). Países generadores de políticas públicas para el fomento de la cultura empresarial dirigida hacia la responsabilidad social. *Revista Telos*, 18(1), 103.
- Comisión Europea. (2001). *Libro Verde Fomentar un marco Europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas. Retrieved from [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366\\_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)
- Corporativa, R. S., Miner, G., & Tributarias, I. (n.d.). *Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa en el Sector de la Gran Minería y sus Implicancias Tributarias 2*.
- Correa, J. (2007). Responsabilidad social empresarial y resiliencia. *Semestre Economico*, 20(2), 1–34.
- Cox Moura-Leite, R., & Padget, R. C. (2014). La evolución de la responsabilidad social de la empresa: Un abordaje histórico. *Revista Espacios*, 35(5). Retrieved from <http://www.revistaespacios.com/a14v35n05/14350409.html>
- Daniel Cohen, P. (2007). Desafíos de la Responsabilidad Social Universitaria. *Razón Y Palabra*, 12(55). Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520735023>



- Delbard, O. (2008). CSR legislation in France and the European regulatory paradox: an analysis of EU CSR policy and sustainability reporting practice. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 8(4), 397–405. <http://doi.org/10.1108/14720700810899149>
- Domínguez Martín, R. (2008). La responsabilidad social global empresarial (RSGE): el sector privado y la lucha contra la pobreza. *Revista Del Ministerio de Trabajo E Inmigración*, 76, 59–93.
- Ekos. (2017). Guía de Negocios Ecuador - Ranking mejores empresas Ecuador. Retrieved August 6, 2017, from <http://www.ekosnegocios.com/empresas/RankingEcuador.aspx>
- Fassin, Y. (2011). A Dynamic Perspective in Freeman's Stakeholder Model. *Journal of Business Ethics*, (July), 1–11. <http://doi.org/10.1007/s10551-011-0942-6>
- Fonseca, L., Ramos, A., Rosa, Á., Braga, A. C., & Sampaio, P. (2016). Stakeholders satisfaction and sustainable success. *International Journal of Industrial and Systems Engineering*, 24(2), 144–157. <http://doi.org/10.1504/IJISE.2016.078899>
- Freeman, E. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, R. E. E., & McVea, J. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *SSRN Electronic Journal*, 1(1), 276. <http://doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Freeman, R. E., & Gilbert, D. R. (1996). *Administración*. Pearson Educación. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=eW0vsi2iY-8C&pgis=1>
- Fu, H., Ye, B. H., & Law, R. (2014). You do well and I do well? The behavioral consequences of corporate social responsibility. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 62–70. <http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.004>
- Gaete Quezada, R. A. (2010). DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y TRABAJO SOCIAL TESIS DOCTORAL: RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA: UNA NUEVA MIRADA A LA RELACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CON LA SOCIEDAD DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS Dirigida por: Un estudio de caso. España: Universidad de Valladolid .... Universidad de Valladolid. Retrieved from [https://scholar.google.es/scholar?start=20&q=related:ofPhIo1SQnkj:scholar.google.com/&hl=es&as\\_sdt=0,5#7%5Cnhhttps://uvadoc.uva.es/handle/10324/923](https://scholar.google.es/scholar?start=20&q=related:ofPhIo1SQnkj:scholar.google.com/&hl=es&as_sdt=0,5#7%5Cnhhttps://uvadoc.uva.es/handle/10324/923)
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory Social Responsibility Corporate Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1/2), 51–71. <http://doi.org/10.1787/9789264122352-de>
- Gjølberg, M. (2009). Measuring the immeasurable?. Constructing an index of CSR practices and CSR performance in 20 countries. *Scandinavian Journal of Management*, 25(1), 10–22. <http://doi.org/10.1016/j.scaman.2008.10.003>
- Gómez, D. P. P. (2011). El pacto global de las Naciones Unidas: sobre la responsabilidad social, la anticorrupción y la seguridad. *Revista Prolegómenos-Derechos Y Valores*, Vo.2(28), 217–231.
- Gonzalez, E. (2007). La teoría de los “ stakeholders ”: un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *VERITAS: Revista de Filosofía Y Teología*, 2(17), 205–224. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2471547.pdf>
- Hernández, G. C., Álvarez Giraldo, C. M., & Naranjovalencia, J. C. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 27(118), 163–188. [http://doi.org/10.1016/S0123-5923\(11\)70151-6](http://doi.org/10.1016/S0123-5923(11)70151-6)
- Hernández Páez, R. F., Peña Hernández, A. C., & Rubianon Mesa, Y. L. (2005). Representaciones sociales del trabajo infantil. *Orinoquia*, 9(1), 19–29. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=89690103>
- Iese Business School. (2009). La evolución del concepto stakeholders en los escritos de Ed Freeman. Newsletter, 5, 4. Retrieved from [http://www.iese.edu/es/files/La%20evaluaci%20n%20del%20concepto%20de%20stakeholders%20seg%20n%20Freeman\\_tcm5-39688.pdf](http://www.iese.edu/es/files/La%20evaluaci%20n%20del%20concepto%20de%20stakeholders%20seg%20n%20Freeman_tcm5-39688.pdf)

- INEC. (2010). Banco de Información | Instituto Nacional de Estadística y Censos. Retrieved August 6, 2017, from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/banco-de-informacion/>
- INEC. (2011). Censo Nacional Económico del Ecuador. Retrieved August 6, 2017, from [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones\\_por\\_ciudades/Presentacion\\_Machala.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Machala.pdf)
- Jamali, D. (2008). A stakeholder approach to corporate social responsibility: A fresh perspective into theory and practice. *Journal of Business Ethics*, 82(1), 213–231. <http://doi.org/10.1007/s10551-007-9572-4>
- Kirschner, A. M. (2006). Sociología da Empresa e responsabilidade social das empresas. *Nueva Sociedad - Fundación Friedrich Ebert*, 202(Marzo/Abril), 133–142. Retrieved from [http://www.nuso.org/upload/articulos/3343\\_2.pdf](http://www.nuso.org/upload/articulos/3343_2.pdf)
- Kumar, K., Boesso, G., & Michelon, G. (2016). How Do Strengths and Weaknesses in Corporate Social Performance Across Different Stakeholder Domains Affect Company Performance? *Business Strategy and the Environment*, 25(4), 277–292. <http://doi.org/10.1002/bse.1874>
- Marens, R. (2008). Recovering the past: reviving the legacy of the early scholars of corporate social responsibility. *Journal of Management History*, 14(1), 55–72. <http://doi.org/10.1108/17511340810845480>
- Mario, L., & Guadrón, R. (2014). Responsabilidad Social Empresarial de Cementos Progreso.
- Mitchell, R. K., Van Buren, H. J., Greenwood, M., & Freeman, R. E. (2015). Stakeholder Inclusion and Accounting for Stakeholders. *Journal of Management Studies*, 52(7), 851–877. <http://doi.org/10.1111/joms.12151>
- Moguel, M. (2012). La responsabilidad social de las empresas : modelo de tres dimensiones para su estudio . mexico.
- Moneva Abadía, J. M., & Hernández Pajares, J. C. (2006). Responsabilidad Social Corporativa E Información De Sosteni Bilidad En La Pyme. *Revista Internacional de La Pequeña Y Mediana Empresa*, 1(ISSN: 1989 – 1725), 23–41.
- Morán, C., Rodríguez, L., Torres, M., Aguilar, A., & Villalta, M. (2016). Stakeholders, responsabilidad social en ecuador Stakeholders, social responsibility in ecuador. *Revista Científica Y Tecnológica UPSE*, 3(2), 21–30.
- Muro, A. T. (2003). Responsabilidad social corporativa en la Argentina. Instituto de estudios para la sustentabilidad corporativa. Buenos Aires.
- Mutti, D., Yakovleva, N., Vazquez-Brust, D., & Di Marco, M. H. (2012). Corporate social responsibility in the mining industry: Perspectives from stakeholder groups in Argentina. *Resources Policy*, 37(2), 212–222. <http://doi.org/10.1016/j.resourpol.2011.05.001>
- Nuñez, G. (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Retrieved from [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5779/S0310754\\_es.pdf?sequence=1](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5779/S0310754_es.pdf?sequence=1)
- OCDE. (2016). LÍNEAS DIRECTRICES DE LA OCDE PARA EMPRESAS MULTINACIONALES. Retrieved November 6, 2016, from <https://www.oecd.org/corporate/mne/16975360.pdf>
- Parra Bernal, L. D., & Argote Cusi, M. L. (2014). Diversificación productiva y empresarialidad informal: América Latina en 2000 y 2010. *Perfil de Coyuntura Económica*, (24), 109–133. <http://doi.org/10.17533/udea.pece.n24a05>
- Pelozo, J., & Shang, J. (2010). How can corporate social responsibility activities create value for stakeholders? A systematic review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 117–135. <http://doi.org/10.1007/s11747-010-0213-6>
- Popoli, P. (2011). Linking CSR strategy and brand image: Different approaches in local and global markets. *Marketing Theory*, 11(4), 419–433. <http://doi.org/10.1177/1470593111418795>
- Quezada, R. G. (2011). La responsabilidad social universitaria como desafío para la gestión estratégica de la Educación Superior: El caso de España. *Revista de Educacion*, 355, 109–133.

- Rivera, H. C. (2015). La OCDE y los derechos humanos: el caso de las Directrices para Empresas Multinacionales y los Puntos de Contacto Nacional. *Anuario Mexicano de Derecho Internacional*, 15(1), 611–658. <http://doi.org/10.1016/j.amdi.2014.09.011>
- Sánchez-Albavera, F., & Lardé, J. (2006). Minería y competitividad internacional en América Latina. CEPAL - SERIE Recursos naturales e infraestructura.
- Sethi, S. P. (1975). Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. In *Managing Corporate Social Responsibility*, 69–75. <http://doi.org/10.2307/41162149>
- Stieb, J. A. (2009). Assessing Freeman's stakeholder theory. *Journal of Business Ethics*, 87(3), 401–414. <http://doi.org/10.1007/s10551-008-9928-4>
- Suescun Pozas, M. del C., Lindsay, N. M., & du Monceau, M. I. (2015). Corporate social responsibility and extractives industries in Latin America and the Caribbean: Perspectives from the ground. *The Extractive Industries and Society*, 2(1), 93–103. <http://doi.org/10.1016/j.exis.2014.08.003>
- Szczepankiewicz, E., & Mućko, P. (2016). CSR Reporting Practices of Polish Energy and Mining Companies. *Sustainability*, 8(2), 126. <http://doi.org/10.3390/su8020126>
- Tokman, V. (1987). El imperativo de actuar. El sector informal hoy. *Nueva Sociedad*, 93–105. Retrieved from [file:///C:/Users/Joaquim Lima/Downloads/1528\\_1.pdf](file:///C:/Users/Joaquim Lima/Downloads/1528_1.pdf)
- Warnaars, X. S. (2012). Why be poor when we can be rich? Constructing responsible mining in El Pangui, Ecuador. *Resources Policy*, 37, 223–232. <http://doi.org/10.1016/j.resourpol.2011.10.001>
- Zimmerman, M. M. (1955). *The Super Market: A Revolution in Distribution*. McGraw-Hill. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=VURPAAAAMAAJ>

## Responsabilidad Social en el entorno empresarial

**Mgs. Xavier Fernando Ortega Haro**

Universidad Estatal de Milagro  
xfortega@gmail.com

**Msc. Nancy Vanessa Quinaluisa Morán**

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
vaneqm@hotmail.es

**Mgs Absalon Wilberto Guerreño Rivera**

Universidad Estatal de Milagro  
wilo.docente@gmail.com

### Resumen

Se llama Responsabilidad Social a la obligación/compromiso que los miembros de una determinada comunidad, sociedad, ya sea individualmente cada uno, o bien como parte de un grupo social, tendrán entre sí, así como también para con la sociedad o comunidad en su conjunto. La Responsabilidad Social Empresarial no es un fenómeno reciente. Desde 1943, en Johnson & Johnson se contaba con un credo en el que se definía la responsabilidad de la empresa hacia sus clientes, empleados, comunidad y otros grupos de interés. Sin embargo, se considera su desarrollo a partir de los años cincuenta cuando es publicado el libro Social Responsibilities of the Bussinesman de Howard R. Bowen. Anclados en el positivismo y, particularmente, en el pensamiento neoclásico, este trabajo analiza la naturaleza de la RSE como una práctica social específica, aún en germen, de las sociedades capitalistas contemporáneas. Para tal efecto, se recurre a un enfoque analítico-metodológico alternativo.

**Palabras Claves:** Responsabilidad Social - Obligación – Compromiso - fenómeno – positivismo

### Abstract

It is called Social Responsibility to the obligation / commitment that the members of a given community, society, either individually or as part of a social group, will have among themselves, as well as with the society or community as a whole. Corporate Social Responsibility is not a recent phenomenon. Since 1943, Johnson & Johnson had a creed that defined the company's responsibility to its customers, employees, community, and other stakeholders. However, its development is considered from the fifties when the book Social Responsibilities of the Bussinesman of Howard R. Bowen is published. Anchored in positivism, and particularly in neoclassical thinking, this paper analyzes the nature of CSR as a specific social practice, even in the germ of contemporary capitalist societies. For this purpose, an alternative analytical-methodological approach is used.

**Keywords:** Social Responsibility - Obligation - Commitment - phenomenon - positivism

### Introducción

La responsabilidad social tiene muchas interpretaciones como consecuencia de las distintas visiones que condicionan su actuar, las acciones asociadas a esta práctica se direccionan generalmente a empresas, olvidando que este enfoque resulta ser un tema estratégico para repensar en las intervenciones de desarrollo social y bienestar integral de las comunidades. La responsabilidad social resulta ser una nueva visión, que debe estructurarse con criterios, metodologías y prácticas que permitan a las empresas, la sociedad civil y el estado, accionar de manera co-participativa en el desarrollo de los pueblos y el país. El presente artículo expone la

importancia y necesidad de realizar acciones de responsabilidad social bajo el enfoque y metodología de intervención de la psicología comunitaria. Se describe cuatro elementos que comulgan entre ambas prácticas: se resalta la comunidad como sujeto y objeto de intervención; las razones éticas de los trabajos; los efectos de dichas acciones sobre la transformación social y el rol de los profesionales socialmente responsables.

En los últimos años el concepto de responsabilidad social, especialmente en el ámbito empresarial, ha venido cobrando gran importancia y de seguro la concepción de la misma ha evolucionado; el interés en torno a elementos como: comunidades, trabajadores y competitividad empresarial llama poderosamente la atención a quienes orientan su quehacer profesional en ámbitos sociales por los resultados que puedan generar las relaciones e interacciones entre dichos elementos.

En el 2004, Schwald, conceptualiza la responsabilidad social como una filosofía de los actos; ser socialmente responsable es “ser consciente del daño que nuestros actos pueden ocasionar a cualquier individuo o grupo social”, a ello añade: “la responsabilidad empresarial (RSE) es una extensión de la responsabilidad social individual que tiene todo ciudadano hacia su entorno físico y social lo que se denomina ciudadanía corporativa”.

Definitivamente, pensar que la responsabilidad social está enmarcada en un conjunto de ayudas, actividades o programas, de carácter complementario del sistema público de prestaciones asistenciales, encaminadas a la consecución de un sistema de bienestar social, sería estancar a la responsabilidad social en acciones paternalistas y no cumpliría su fin principal.

### **Metodología**

La investigación cumplió con las tareas científicas de caracterizar el rol del control interno en las empresas; Diagnosticar la situación del control interno y de implementación del perfeccionamiento en las empresas. Objeto de estudio; aplicar control interno en las empresas; y evaluar el procedimiento propuesto a través de consultas a los funcionarios de las empresas.

Para el cumplimiento de estas tareas se aplicaron diversos métodos de nivel teórico y empíricos. En los métodos teóricos se destacan el histórico y lógico, así mismo se aplicó el método teórico de análisis y síntesis durante el cumplimiento de todas las tareas científicas ejecutadas para extraer la esencia del contenido de los análisis de contenido del estudio teórico luego del análisis por parte de los conceptos y definiciones abordados.

El método hipotético-deductivo fue aplicado en la formulación de la hipótesis de la investigación y su comprobación que en este caso fue experimental con la aplicación parcial de las acciones y con la consulta a especialistas para evaluar la factibilidad de aplicación de dicho procedimiento, y el sistémico-estructural como método teórico fundamental en el diseño del procedimiento en su lógica de integración para que responda al propósito del objetivo a alcanzar.

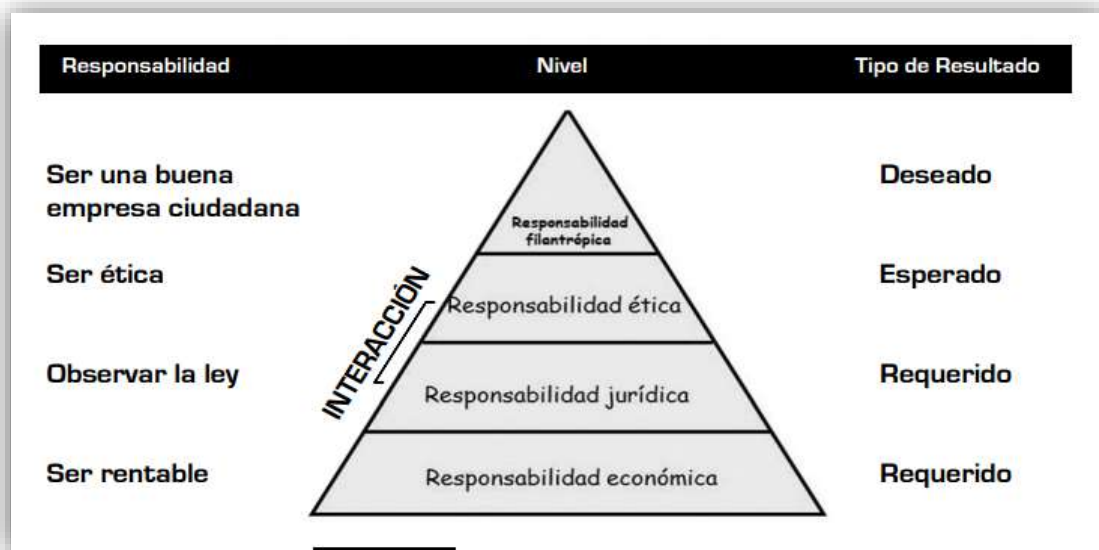
### **Desarrollo**

#### **La responsabilidad social en el mundo**

Se llama Responsabilidad Social a la obligación/compromiso que los miembros de una determinada comunidad, sociedad, ya sea individualmente cada uno, o bien como parte de un grupo social, tendrán entre sí, así como también para con la sociedad o comunidad en su conjunto.

La Responsabilidad Social Empresarial no es un fenómeno reciente. Desde 1943, en Johnson & Johnson se contaba con un credo en el que se definía la responsabilidad de la empresa hacia sus clientes, empleados,

comunidad y otros grupos de interés. Sin embargo, se considera su desarrollo a partir de los años cincuenta cuando es publicado el libro *Social Responsibilities of the Bussinesman* de Howard R. Bowen (Raufflet, Lozano, Barrera, & García, 2012).



### Definición

“La responsabilidad social empresarial (RSE) se define como los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes”, relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad en general. "Corresponde a una estrategia de negocios enfocada a incrementar la rentabilidad, competitividad y la sostenibilidad, sirviendo como parte de un nuevo modelo de desarrollo sostenible. El concepto de RSE puede incorporar derechos humanos, medidas de anticorrupción, el medio ambiente, condiciones laborales y actividades dentro de comunidades por medio de alianzas con organizaciones de sociedad civil (El ABC de la Responsabilidad Social en Chile y en el mundo, 2010)

De acuerdo con la definición de la Comisión Europea, en su Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, publicado en 2001 [1], la Responsabilidad Social Empresarial "...es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores"... "Ser socialmente responsable no significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo "más" en el capital humano, el entorno y las relaciones con sus interlocutores".

### La R.S.E. para la empresa: ¿debe ser un medio o un fin?

Es claro tanto el concepto de la R.S.E, como la actualidad del tema y la necesidad que tienen las empresas de adoptarla, pero ahora la cuestión en discusión, es la posición que se le debe dar dentro de la empresa, ya que el papel que debe jugar dentro de la organización es lo que realmente en entre dicho. Esto se debe a que la R.S.E es un concepto tan ideal que se puede entender como una meta para la empresa, o también se puede comprender la R.S.E como una práctica tan beneficiosa para la organización, que se le puede dar el lugar dentro de ella como una herramienta efectiva para lograr sus diferentes objetivos.

De esta forma se comprenden dos posiciones que la puede adoptar dentro de la empresa, la primera es una posición socioeconómica orientada a la protección y mejoramiento del bienestar de la sociedad, mientras que la segunda es una posición más clásica orientada a la maximización de las ganancias

Desde la perspectiva socioeconómica, se habla que las empresas deben ser socialmente responsables, y esto se entiende como una meta, como un objetivo para las empresas. Esta interpretación que situada a la R.S.E. dentro de las empresas, desempeñando un papel de fin último, requiere que la empresa esté interesada realmente en lo social y lo ambiental, al igual que lo esté de lo económico, para que le interese adoptar la en su política. Es decir, para que una empresa introduzca a la dentro en su política empresarial como una de sus metas, es necesario que los intereses de la empresa realmente sean sociales y ambientales, tanto como los económicos, para que la política empresarial realmente sea coherente y efectiva.

Es claro que no a todas las empresas les interesa lo social y que por el contrario, a la mayoría de ellas lo que les interesa es su benéfico económico. Pero si los altos directivos de la empresa tienen claros los beneficios que traen consigo las inversiones en prácticas de R.S.E y que esto contribuye a un Éxito a largo plazo para la empresa, es probable que les interese hacerlo.

Por otro lado los administradores responden a los valores aprobados por la sociedad y darán prioridad a los tenidos en mayor estima y como ya antes se ha dicho la R.S.E hace parte de esos valores a los que hoy la sociedad les da tanta prioridad.

Finalmente, no es necesario que todas las empresas se interesen por lo social o lo ambiental tanto como se interesan en lo monetario, para asegurar que las empresas sean responsables socialmente. Al lograr exponer a la R.S.E no solo como una necesidad para sobrevivir en el mercado, si no como un medio para alcanzar sus fines económicos, es decir, como una estrategia, se puede lograr una mayor responsabilidad social por parte de las empresas. (Alegria, 2014)

### **Líneas estratégicas**

La Responsabilidad Social Empresarial sólo se comprende reconociendo cuatro líneas o ámbitos básicos y estratégicos que explican su presencia en toda actividad de la empresa. Éstos a su vez incluyen sus respectivos subtemas<sup>12</sup>, que pueden variar de un país, de un sector o de una empresa a otra. (Martínez C. , 2010)

- ✓ Ética y gobernabilidad empresarial.
- ✓ Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo).
- ✓ Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.
- ✓ Cuidado y preservación del medioambiente.

Conceptualizaciones de responsabilidad social empresarial y corporativa, en varias perspectiva. La responsabilidad social de la empresa (RSE), también denominada responsabilidad social corporativa (RSC) es esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Se basa en la idea de que el funcionamiento general de un empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar social de la sociedad en la que se integra. (Fernández)

### **Ideas y reflexiones**

Es muy importante clarificar la definición de Responsabilidad Social Empresarial, que se puede conceptualizar como un compromiso voluntario, adquirido en el interior de una empresa, con la transparencia, el buen gobierno, la mejora del entorno y la calidad en las relaciones laborales, en definitiva con el bien común. La RSE constituye pues una forma de manifestar la contribución de las empresas a la construcción de una sociedad mejor: más justa, más solidaria, más sostenible. La propia amplitud del concepto evidencia, por supuesto, que no existe un único modelo de responsabilidad social ni unas acciones específicas en las que deba forzosamente concretarse, pues cada empresa puede elegir muy diversos caminos de participación social y de contribución al bien común (Jáuregui, Martínez-Pujalte, & Torme, 2011).

### **Los nuevos desafíos de la gestión empresarial.**

La RSE también se refiere al desarrollo de una nueva visión de la empresa como institución mucho más abierta a otras necesidades, intereses y expectativas diferentes a las de los propios gestores y accionistas, lo que exige la búsqueda de un equilibrio más equitativo entre los distintos grupos participantes en la actividad económica (Perdigueiro & García, 2005; Ibáñez & Blanco, 2004; Areque & Montero, 2006; Carneiro, 2004; Velasco, 2005, 2005).

### **Aspectos jurídicos-económicos**

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa es un proceso que se basa en la reconciliación del fomento de la competitividad de las empresas con el mantenimiento de la cohesión social, de la solidaridad y el respeto al medio ambiente; también se refiere a la ética jurídica, dimensiones filantrópicas y económicas, ya que una empresa debe tener en cuenta estas tres a fin de maximizar sus efectos positivos como empresa (Fernández, 2009; Velasco & Gondra, 2005, 2005).

### **Teoría y práctica**

La RSE es el compromiso de las empresas con los valores éticos que dan un sentido humano a su empeño por el desarrollo sostenible, buscando una estrategia de negocios que integre el crecimiento económico con el bienestar social y la protección ambiental (Navarro F. , 2008).

### **Valores éticos**

Desde una perspectiva ética la responsabilidad social empresarial y la define de la siguiente forma: es el compromiso auditable de las empresas con los valores éticos que dan un sentido humano a su empeño por el desarrollo sostenible, buscando una estrategia de negocios que integre el crecimiento económico con el bienestar social y la protección ambiental.

Asimismo, se presentan seis valores éticos que sirven de marco para las prácticas de responsabilidad social empresarial: respeto por la dignidad y derechos de las personas, justicia en el mercado globalizado, solidaridad buscando el bienestar social, responsabilidad en el trabajo por el desarrollo sostenible, honestidad en la comunicación e integridad de la cultura organizacional. (Martinez)

### **Visión empresarial**

El tema de responsabilidad social empresarial en América Latina es todavía una consideración secundaria en los negocios de las empresas latinoamericanas. Sin embargo en el lenguaje de la RSC es más común en los empresarios regionales y aunque no contamos con indicadores externos o reportes de sostenibilidad que permitan hacer el seguimiento al desempeño de las empresas, podemos resaltar cambios de empresas que han demostrado interés en el tema respectivo de la responsabilidad social. (Correa, Flynn, & Amit, 2004)



## Conclusiones

Para las empresas la RSE no es un concepto nuevo, siempre han estado cerca de la comunidad donde desarrollan su actividad. El hecho de que el concepto haya cobrado ahora mayor fuerza se debe a iniciativas de las diferentes Administraciones con la creación de diversos Organismos, Observatorios, etc., al empuje de las grandes empresas que publican Memorias o Informes de Sostenibilidad que actúan como tirón para el resto de empresas que no quieren quedar atrás respecto a sus competidoras, y como demanda de colectivos sociales y organizaciones de consumidores. Las empresas deben mejorar la comunicación con la sociedad ya que, la ciudadanía no dispone de la suficiente información para valorar las acciones, muchas veces positivas, de las empresas. Es necesario que las empresas faciliten la información que contenga sus preocupaciones por los diferentes grupos de interés, los impactos generados en cada uno de ellos y las medidas adoptadas para corregirlos.

Aún se asimila, por una parte, importante de las empresas, una política de RSE como una cesión de parte de sus beneficios económicos a la sociedad y no como un cambio en los valores y en la forma de gestionar su negocio. Las actividades más habituales (patrocinio de actividades deportivas y culturales y donaciones) son ajenas a la actividad empresarial, le suponen un gasto económico y son en su mayoría ocasionales. Las realizan cuando surge una ocasión concreta y cuando disponen de recursos para ello

## Bibliografía

- Alegria, M. E. (2014). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FACTOR D*. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis27.pdf>
- Casals & Associates. (12 de Noviembre de 2014). Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de Marco Integrado de Control Interno para Latinoamérica (MICIL): [http://ce.jalisco.gob.mx/sites/ce.jalisco.gob.mx/files/usaid.\\_marco\\_integrado\\_de\\_ci.pdf](http://ce.jalisco.gob.mx/sites/ce.jalisco.gob.mx/files/usaid._marco_integrado_de_ci.pdf)
- Correa, Flynn, & Amit. (2004). Responsabilidad Social corporativa en América Latina: Una visión Empresarial. En Correa, Flynn, & Amit, *Responsabilidad Social corporativa en América Latina: Una visión Empresarial* (págs. 14-15). México: Naciones Unidas Publicaciones .
- El ABC de la Responsabilidad Social en Chile y en el mundo*. (2010). Obtenido de Acción Empresarial: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2769/1/108037.pdf>
- Fernández, 2009; Velasco & Gondra, 2005. (2005). Responsabilidad social corporativa : aspectos jurídicos-económicos. *Dialnet*.
- Fernández, R. (s.f.). *Responsabilidad social corporativa*. España: Editorial Club Universitario.
- Jáuregui, Martínez-Pujalte, & Torme. (2011). *Responsabilidad social empresarial: ideas y reflexiones*. España: CEIM.
- Martinez, C. (2010). *Responsabilidad social empresarial, una reflexion desde la gestion*. Bogota: Universidad Nacional de Colombia.

# CAPÍTULO IX

# INDICADORES



# El balanced scorecard para medir los indicadores de gestión en las empresas consultoras de Guayaquil

**Ing. Pamela Alejandro Tapia, MAE**

Universidad de Guayaquil  
pamela.alejandrot@ug.edu.ec

**Ing. Johanna Alejandro Tapia, MAE**

Universidad de Guayaquil  
johanna.alejandrot@ug.edu.ec

**Ing. Milton Proaño Castro, MAE**

Universidad de Guayaquil  
milton.proañoc@ug.edu.ec

## Resumen

Las empresas consultoras de Guayaquil legalmente constituidas, con gran trayectoria han logrado tener una buena acogida en el mercado, éstas cuentan con una amplia gama de profesionales expertos en las diferentes áreas de unidades de negocios. A pesar de esto se presentan problemas en cuanto a los reportes emitidos por el tiempo que demoran en presentarse, por lo extensos que son, lo que disminuye el interés en los clientes, al no contar con indicadores de gestión que evalúen el nivel de satisfacción de cada área. Por lo anteriormente mencionado es que nos proponemos a que manejen un Balanced Scorecard que permita, evaluar de una manera integral los indicadores de gestión para el cumplimiento de objetivos de la empresa. Una vez implementado el Balanced Scorecard, se espera lograr resultados visibles como: Elaboración de reportes para las entidades controladoras, optimización de tiempo en la ejecución de los procesos generales, mejor control de objetivos departamentales, medir la satisfacción de los clientes, evaluar de manera constante el cumplimiento de objetivos de la empresa. El objetivo principal de esta investigación es tratar de diseñar un Balanced Scorecard a fin de medir con indicadores la gestión de las compañías clientes de las consultoras en Guayaquil.

**Palabras claves:** Balanced Scorecard, clientes, indicadores de gestión, unidades de negocio.

## Abstract

Guayaquil's legally constituted consulting firms, with a great track record, have been well received in the market, they have a wide range of professional experts in different areas of business units. In spite of this, there are problems in terms of the reports issued by the time they take to appear, for how long they are, which diminishes the interest in clients, since there are no management indicators that evaluate the satisfaction level of Each area. For the above mentioned is that we propose to manage a Balanced Scorecard that allows, to evaluate in an integral way the management indicators for the fulfillment of objectives of the company. Once the Balanced Scorecard is implemented, it is expected to achieve visible results such as: Reporting for the controlling entities, optimization of time in the execution of general processes, better control of departmental objectives, measuring customer satisfaction, constantly evaluating. The fulfillment of company objectives. The main objective of this research is to try to design a Balanced Scorecard in order to measure the management of the client companies of the consultants in Guayaquil.

**Keywords:** Balanced Scorecard, clients, management indicators, business units.

## Introducción

En un mundo donde el mercado cambia muy rápido, y la comunicación es más sencilla debido a la tecnología, las empresas ahora no solo deben hacer lo mínimo para evaluar su impacto en el mercado, las empresas de ahora deben tener una visión a futuro y como adelantarse a los hechos, lo que permitirá su supervivencia, logrando evaluar cada uno de los indicadores de gestión de las unidades estratégicas de negocio podrían lograr el éxito que se busca por parte de los propietarios de la compañía, por lo que las compañías buscan sistemas complejos que les ayuden a tener indicadores de gestión para una correcta evaluación integral de la compañía.

Considerando el presente estudio busca la manera de evaluar de manera integral, las competencias de cada una de las partes elementales de un negocio, los indicadores financieros no son los únicos que nos dan una perspectiva para la toma de decisiones, como sabemos los indicadores financieros evalúan en base a valores históricos, que nos permiten ver lo que ha estado pasando en los años anteriores, aun después de hacer una auditoría solo podremos evaluar el pasado como menciona (Ramos Ferrin, V. L., 2006) “La auditoría es una rama de la profesión contable, en la actualidad, la más importante en la práctica, por su gran trascendencia en la toma de decisiones sobre datos verdaderos totalmente auditados, siendo de gran utilidad para las empresas”.

Sin embargo no solo de la parte financiera depende una compañía dejando a fuera puntos sin tratar, como la opinión de los clientes, el bienestar de los trabajadores y entre otros, por lo que se necesita un sistema que no solo que evalúe la parte cuantitativa de la compañía como menciona (Topanta Vera, M. I., 2010) “Un sistema de control con un enfoque estratégico, debe ser capaz de medir el grado de cumplimiento de sus objetivos, haciéndose necesario, entonces, identificar un grupo de indicadores, cuantitativos y cualitativos que expresen el nivel y la calidad del cumplimiento de cada objetivo” lo que se necesita es diseñar un sistema que evalúe los objetivos de la compañía de manera cuantitativa y cualitativa.

Por lo que en la presente tesis nos hemos propuesto el diseño de un Balance Scorecard para medir los indicadores de gestión, que nos ayuden a tener una visión integral de la compañía, teniendo en cuenta cuatro áreas elementales Financiera, Cliente, Procesos Internos y Aprendizaje Crecimiento estos cuatro puntos fueron establecidos por (Kaplan, R., & Norton, D., 2005) para la revisión integral de una compañía y así tomar las mejores decisiones.

Sin duda uno de los mejores sistemas el balance Scorecard para la evolución de los indicadores de gestión como los mencionan (Mallo, P. E., 2005) “El Balanced Scorecard (o Cuadro de Mando Integral) ha probado en los últimos años ser una potente herramienta para la empresa. Por medio de la medición de indicadores de la actuación pasada y complementación con inductores de actuación futura, cuando está correctamente diseñado es una ayuda efectiva para conectar las acciones de hoy con los objetivos del futuro.

## **Desarrollo**

Siendo las compañías consultoras dependiente de las entidades privadas las cuales se rigen por las leyes tributarias estatales y municipales se ven afectadas por la inestabilidad política, esto sin mencionar la crisis económica que es la que más ha afectado no solo a las entidades privadas sino también a las públicas. A esto se suma la caída del precio del petróleo lo que ha obligado al gobierno a tomar medidas drásticas como aumentar impuestos, obligando así a reducir costos como prescindir de servicios, reducción de personal e inclusive el cierre definitivo de la compañía o traslado a países con mayor oportunidad de inversión. Lo que reduce el dinamismo económico a nivel nacional, volviendo al mercado más competitivo.

Para que las compañías consultoras en la ciudad de Guayaquil, sea más competitiva necesitara optimizar sus

recursos aumentando la rentabilidad del negocio, mejorando el proceso interno de la empresa, el crecimiento y aprendizaje del personal así como la satisfacción de los clientes.

En el presente trabajo investigativo se pretende diseñar un sistema de control de indicadores de gestión que evalúe de manera integral la compañía dándole así un valor agregado en el mercado fortaleciendo las competencias de cada una de las unidades de negocio involucrando: clientes, empleados y empleadores, haciendo partícipes a cada uno del cumplimiento de los objetivos y metas de la organización otorgando responsabilidades específicas a cada uno de los participantes.

Realizando una investigación tanto cuantitativa como cualitativa que es lo requiere el diseño de un Balanced Scorecard que nos permitirá encaminarnos en los objetivos de la organización, dándole un mejor direccionamiento a futuro para así poder llevar a cabo la misión y la visión fijada por la compañía que brinda servicios de consultoría.

Al desarrollar un solo reporte con todos los procesos, subprocesos e indicadores de gestión claves y la información más relevante evitaremos que hayan desorientaciones y malos entendidos entre los clientes, empleados y empleadores de la compañía, mejorando la interrelación entre los mismos y eliminando los problemas más comunes como: la falta desconocimiento de los procesos en el sistema, falta de eficiencia y eficacia del personal y la falta de seguimiento a clientes.

Como objetivo principal de esta investigación es tratar de diseñar un Balanced Scorecard para medir los indicadores de gestión de las compañías consultoras en la ciudad de Guayaquil.

### **Revisión Literaria**

En el desarrollo del estudio hemos escogido algunos libros y tesis de referencia que ya hayan aplicado un cuadro de mando integral (Balanced Scorecard). Como lo dice en su libro (Kaplan, R., & Norton, D, 2008) “La Execution Premium se puede manifestar de varias formas: como un incremento del precio de las acciones de la compañía, como un aumento de las ganancias, como un mayor reconocimiento de la marca, como una mayor lealtad por parte del cliente o como un mayor compromiso por parte de los empleados.” Conociendo esto nos damos cuenta que la estrategia corporativa es parte esencial para el desarrollo del Balanced Scorecard (cuadro de mando integral).

Por lo cual en el presente estudio nos centraremos en el mayor compromiso de los empleados y en el mejoramiento de los procesos internos, para que haya un mejor enlace entre las operaciones de la compañía y sus objetivos estratégicos. (Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P, 2010) En su trabajo de investigación utilización del balanced scorecard para la empresa galvanica cia ltda.

“En nuestro país existen un sinnúmero de empresas que a través de una serie de esfuerzos buscan alcanzar el éxito. Una de ellas es las Industrias Galvánica Cía. Ltda., quien busca alcanzar un máximo control de todas sus actividades es por ello que nace la opción de llevar un sistema de control de gestión no siendo este uno que solo desarrolle actividades de planificación y control, si no también que diagnostique el nivel de desempeño de la empresa.”

### **Indicadores (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)**

Un indicador es una comparación entre dos o más tipos de datos que sirve para elaborar una medida cuantitativa o una observación cualitativa. Esta comparación arroja un valor, una magnitud o un criterio, que tiene significado para quien lo analiza. Los indicadores se utilizan en diversos ámbitos. Un ejemplo básico de indicador es el porcentaje. Otros indicadores comunes pueden ser la tasa de empleo, la tasa de desempleo, la tasa de actividad, la tasa de informalidad, por mencionar algunos.

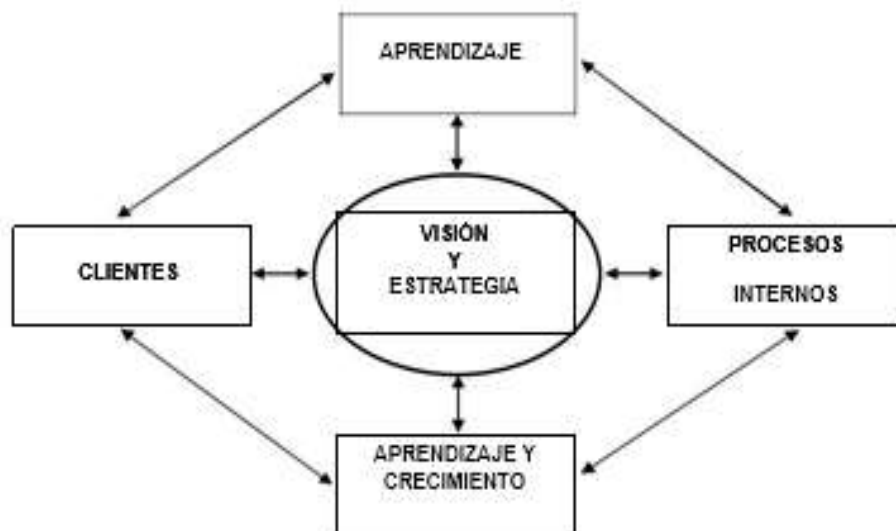
Una de las ventajas de utilizar indicadores es la objetividad y comparabilidad; representan un lenguaje común que facilita una medida estandarizada. Son herramientas útiles porque permiten valorar diferentes magnitudes como, por ejemplo, el grado de cumplimiento de un objetivo o el grado de satisfacción de un participante en la formación.

Los indicadores por lo general, se construyen con información cuantitativa, no obstante y de modo creciente, se usan indicadores cualitativos. Un indicador debe ser construido con un claro criterio de utilidad, para asegurar la disponibilidad de los datos y resultados más relevantes en el menor tiempo posible y con un menor costo. También es necesario elaborar indicadores que den cuenta de todas las dimensiones sobre las cuales el programa o las acciones de formación se han propuesto intervenir. Siguiendo lo planteado en el eje 2 “Conceptualización” los indicadores podrían describir los resultados, efectos e impactos en las personas, las empresas y la sociedad.

### Balanced Scorecard

El Balanced Scorecard (BSC), también conocido como Cuadro de Mando Integral, es una herramienta de gestión estratégica, originalmente desarrollada por el Profesor Robert Kaplan de la Universidad de Harvard y David Norton de Nolan & Norton, el cual busca gerenciar cualquier tipo de organización en forma Integral, Balanceada y Estratégica. Este enfoque de acuerdo a los autores (Kaplan, R., & Norton, D, 2005). Se basa en cuatro perspectivas: Financiera, Cliente, Procesos Internos y Aprendizaje Crecimiento. Tal como se muestra en la siguiente figura, que refleja la interacción de cada una:

Figura 1. Cuadro resumen de Indicadores de las cuatro perspectivas



Fuente: (Kaplan, R., & Norton, D, 2005).

De acuerdo a lo visto en la figura 1, podemos vincular el modelo de causa y efecto, en el cual se observa que a partir de un conjunto coherentes de indicadores agrupados en cuatro perspectivas se pueden alcanzar los

objetivos estratégicos y la visión institucional, dado que esta herramienta permitirá equilibrar la gestión financiera con el capital intangible de la empresa. (Tarantino , S., 2012)

En el cuadro de mando integral se hace referencia que las cuatro perspectivas del Balanced Scorecard permiten un equilibrio entre los objetivos a corto y largo plazo y entre los resultados deseados y los inductores de actuación de esos resultados; así mismo muestran la forma en que los directivos puedan utilizar esta herramienta para movilizar a su gente, a fin de que cumplan la misión de la organización, los mencionados autores describen cada una de estas perspectivas, de la siguiente manera: (Kaplan, R., & Norton, D, 2005).

### **Metodología**

El presente trabajo se realizó en base a una investigación científica, siguiendo los procesos sistemáticos establecidos, seguido se determinaron los objetivos para el desarrollo, se realizó el estudio bibliográfico que estableció las bases teóricas y referenciales, por medio de una investigación deductiva y empírica que se ejecutó con la ayuda de recursos tanto como textos, revistas, libros e internet.

### **Métodos**

#### **Método deductivo**

“Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares”. (Bernal, 2006, pág. 56). Este método será utilizado en la elaboración de las conclusiones que nos permitirá determinar los resultados del proceso de investigación y en las recomendaciones para poder proyectarnos al futuro. Este método inicia con un análisis de principios, leyes y teoremas de aplicación universal con una validez comprobada para aplicarlos a hechos o a soluciones particulares

#### **Métodos del nivel empírico utilizados**

Para evaluar este procedimiento se presentó un cuestionario de preguntas cerradas y puntuales por medio de encuestas a cada uno de los trabajadores que están involucrados en el área de seguridad y salud (personal administrativo, operativos u otros). y a la vez se formuló preguntas abiertas y objetivas para las entrevistas al personal de jerarquía alta y media (gerencial y jefaturas) para con toda la información real y verídica nos ayude a generar una propuesta de mejora para la empresa.

#### **Tipo de investigación**

##### **Investigación estadística**

“El método estadístico, dentro del método científico, consiste en una serie de pasos para llegar al verdadero conocimiento estadístico”. (García, Ramos, & Ruiz, 2006, pág. 6). este método lo utilizamos al momento de recopilar la información para la elaboración de los resultados con la que podemos realizar la tabulación y elaboración de los cuadros estadísticos. este método se basa en la descripción o precisión en que se construya una variable numérica con la finalidad que se concrete los hechos o situaciones en que la variable está relacionada, este describe al objeto en los campos matemáticos, constituye algoritmos o procesos cuantitativos, disminuye el conjunto de las variables de las posibles relaciones necesarias que existan.

##### **Investigación tecnológica**

Es la utilización de medios tecnológicos que provee la información para la investigación mediante diversos programas informáticos y a través de la herramienta del internet para lograr un trabajo eficiente. (Bernal, 2006).

##### **Técnicas de investigación**

Las técnicas permiten la recolección de la información por medio de los instrumentos de investigación, tales

como: encuestas, entrevistas, observación entre otros (Ramírez González A., 2010). Este trabajo de titulación utiliza la entrevista como instrumento de investigación con el objetivo de recolectar la información oportuna para hacer factible este trabajo de titulación.

### Encuestas

La encuesta es una de las técnicas de recolección más usadas y se realiza a un determinado grupo de personas con la fundamentación del cuestionario. la encuesta es relevante porque refleja datos trascendentales y además permite observar la reacción que se provoca en el individuo evaluado.

### Población y Muestra Población o Universo

La población es el total de individuos o elementos a quienes se refiere la investigación (Toro, 1998). Se tomó como referencia a 100 empresas consultores en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 1: Población

Empresas	Población
Norte	56
Sur	15
Centro	12
Este	11
Oeste	6
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

### Muestra

Tomando en cuenta a 100 empresas consultores en la ciudad de Guayaquil, no superan los 100.000 individuos, para determinar su tamaño muestral se empleará la fórmula para la población finita.

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{((e^2(N - 1)) + (Z^2 * P * Q))}$$

Z= Nivel de confianza (1.96)

e= Margen de error (0.05)

p= Probabilidad de éxito (0.5)

q= Probabilidad de fracaso (0.5)

N= Tamaño de la población

$$n = \frac{1.96^2 * 100 * 0.5 * 0.5}{((0.05^2(100 - 1)) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5))}$$

Tabla 2.Cálculo de la muestra

Empresas	Población	Muestra
----------	-----------	---------



<b>Norte</b>	56	45
<b>Sur</b>	15	12
<b>Centro</b>	12	10
<b>Este</b>	11	9
<b>Oeste</b>	6	5
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>80</b>

**Fuente:** Empresas consultores en la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Autores

Con un 95% de confianza y considerando un 5% de error de muestreo se deberá aplicar el cuestionario de encuesta a 80 trabajadores de diferentes empresas consultoras en la ciudad de Guayaquil.

### **Resultados**

Por los resultados provenientes del procesamiento de datos de las empresas consultoras, se puede indicar que existe un nivel de desconocimiento en torno a los objetivos, misión y valores institucionales, lo cual compromete la gestión para lograr satisfacer las necesidades de la empresa. Para que una empresa alcance el éxito es necesario contar con personal comprometido, para que juntos logren cumplir con las metas.

Para identificar los indicadores los clientes, los procesos y perspectivas de crecimiento se procedió a realizar una encuesta entre los trabajadores de la institución en estudio, determinando que los indicadores que contribuyen a los objetivos institucionales son los inherentes al ámbito Financiero, ámbito Comercial, ámbito de procesos internos y al ámbito de talento humano.

Se ha diseñado un instrumento de medición de objetivos estratégicos con la finalidad de mejorar el rendimiento laboral, la utilidad económica y el posicionamiento en el mercado de la empresa en estudio. El Balance Score card tiene que convertirse con el tiempo, en otra área funcional de la empresa, tal como la de contabilidad, finanzas, mercadeo o producción.

### **Conclusión**

La importancia de implementar un Balanced Scorecard en las empresas es fundamental, pues se logran mejoras en la automatización de los procesos operativos, suministran una plataforma de información necesaria para la toma de decisiones, mejoran la productividad y el rendimiento de una empresa competitiva.

Luego de la revisión de fuentes primarias y secundarias, y del análisis de la información obtenida en torno a los objetivos planteados en el presente estudio se procede a concluir que:

Para identificar los indicadores que incluye a los clientes, los procesos y perspectivas de crecimiento se procedió a realizar una encuesta entre los trabajadores de la institución en estudio, determinando que los indicadores que contribuyen a los objetivos institucionales son los inherentes al ámbito Financiero, ámbito Comercial, ámbito de procesos internos y al ámbito de Talento Humano.

El nivel de cumplimiento de metas y objetivos de las empresas consultores de la Ciudad de Guayaquil ha tenido una evolución favorable, sin embargo existen trabajadores que desconocen los objetivos organizacionales para poder desarrollarlos plenamente.

Se ha diseñado un instrumento de medición de objetivos estratégicos con la finalidad de mejorar el rendimiento laboral, la utilidad económica y el posicionamiento en el mercado de la empresa en estudio.

### Referencias bibliográficas

- Utmach. (2015). Retrieved from <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/>
- World trade organization. (2017). Retrieved from [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)
- Agudelo de bedout, s. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde colombia. *Revista de negocios internacionales*, 2(1), 3-11.
- Allen, d. (2006). Comemos combustibles fósiles. *Polis, revista de la universidad bolivariana*.
- Alvarez, g. (1992). El constructo "clima organizacional": concepto, teorías, acciones investigación y resultados relevantes. *Interamericana de psicología ocupacional*.
- Ancona, m., camacho, m., & garcia-muñoz, c. (2012). Motivación laboral en empleados administrativos de la universidad juáres autónoma de tabasco. *Revista internacinal de administración y finanzas*, 121-134.
- Andrews, k. (1977). El concepto de estrategia en la empresa. Pamplona. Pamplona: ed universidad de navarro.
- Angulo, s. (2017, abril 5). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. *El comercio*.
- Anónimo. (2016, junio 16). Diario el telegrafo - economía. Retrieved from mas de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por-presunta-estafa-masiva>
- Ansoff, h. (1976). La estrategia de la empresa. Pamplona: ed. Universidad de navarra.
- Ansón lapeña, j. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista española de financiación y contabilidad*, 143-157.
- Ansón lapeña, j. Á., & pina martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista española de financiación y contabilidad*, 143-157.
- Ansón lapeña, j. Á., & pina martínez, v. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista española de financiación y contabilidad*, 143-157.
- Apuy, l. (2008). Factores del clima organizacional que influyen en lasatisfacción laboral del personal de enfermería, en el servicio de emergencias del hospitalsan rafael de alajuela, junio- noviembre 2008. San josé, costa rica.
- Araujo, a., & tapia, e. (2015). Economic problems that officials and analysts are worried about. *El comercio*, 1.
- Araujo, j. A. (2007). Rendimiento empresarial. *Mediterraneo economico*, i(11), 60.
- Arias . (2006). La investigación documental.
- Arredondo, f., maldonado, v., & de la garza, j. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, actitudes ante edad y género. *Scielo*, 24(43), 285.305.
- Arribas, m. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas profesión 2004*; vol. 5(17), 23-29.
- Asamblea constituyente. (2014). Código orgánico monetario y financiero. Quito: lexis.
- Asamblea nacional. (2014). Ley oránico de discapacidades. Quito.
- Asamblea constituyente. (2008). Constitución de la república del ecuador. Quito: lexis.
- Asamblea constituyente. (2009). Ley de creación de la red de seguridad financiera. Quito: lexis.
- Asociación española de operadores de productos petrolíferos. (2012). Reservas mundiales. España: ceida.
- Awad, g., & valencia, a. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. *Reflexión política*, 80-89.
- Aybar arias, c., casino martínez, a., & lópez gracia, j. (2003). Estrategia y estructura de capital en la pyme: una aproximación empírica. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?Id=30121108>
- Banco interamericano de desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la responsabilidad social empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: comunicado de prensa.

Banco interamericano de desarrollo (bid). (2004). Desarrollo emprendedor américa latina y la experiencia internacional. Retrieved from banco interamericano de desarrollo (bid): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?Docnum=829131>

Banco mundial. (2013). Los principios de ecuador. Estados unidos: [http://www.equator-principles.com/resources/equator\\_principles\\_spanish\\_2013.pdf](http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_spanish_2013.pdf).

Barranco saiz, f. J. (2010). Marketing político. Madrid: esic editorial.

Barrientos felipa, p. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. *Semestre económico*, 122-123.

Bce / inec / medios de comunicación. (2017, marzo 09). Diario el telégrafo. Retrieved from la quiebra de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quiebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas-costaron-usd-8-600-millones>

Bce. (2017). Banco central del ecuador. Retrieved from preguntas frecuentes / fondos de liquidez: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/serviciosbcentral/fondoliquidez/preguntasfrecuentes.pdf>

Bernal, c. (2006). Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Naucalpan, edo. De méxico: publicaciones pearson educación.

Boada, j. V., & arguello, e. (2004). El burnout y las manifestaciones psicósomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema*, revista anual de psicología, 125-131.

Bonilla, l. (2011, mayo 29). Evolución del concepto de responsabilidad social empresarial (rse). *El observador económico*.

Bosma, n., & amorós, j. E. (2013). Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe. Concepción. Chile. Centro de diseño udd / universidad del desarrollo. Retrieved from <http://www.cise.es/wp-content/uploads/gem-2013-global-report.pdf>

Bouhali, r. (2015). Leader roles for innovation: strategic thinking and planning.

Briceda, m., rincón, e., & santander, l. (2007). Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe. México: teoría y praxis.

Bueno campos, e., cruz roche, i., & durán herrera, j. (2007). Economía de la empresa: análisis de las decisiones empresariales. Madrid.

Bustamante, j. (2013). Comerciantes informales del centro de la ciudad de machala de las calles sucre, guayas, boyacá y 9 de mayo del año 2013. Retrieved from <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/cd00011-2016-tesis%20completa.pdf>

Cabrera m. (2013). El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en américa latina y el ecuador. Quito, ecuador: tesis de grado universidad san francisco de quito.

Cabrera, i., ricardo, h., & y otros. (2013). Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos escambray. Santiago, chile.: editorial edicasa.

Caligiore, i., & diaz, j. (2003). Lima organizacional y desempeño de los docentes de la universidad de los andes: caso de estudio. *Revista venezolana de gerencia*. Año 8. N° 24, 60-64.

Campos, g. (2003). Implicaciones del concepto de empleabilidad. *Revista iberoamericana de educación* (issn: 1681-5653).

Canals, a. (2003). Universitat oberta de catalunya. Retrieved from la gestión del conocimiento: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>

Castro martinez, l. (2012). El marketing político en estados unidos: el caso obama. *Norteamericana*, 14.

Ceaaces. (2015). La gestión e proyectos en las ies. Guayaquil: gobierno.

Cevallos, p. (2010, enero 10). Primary education is practically universalized according to ecuadorian government. *Efe news service*, p. 1.

Chaparro, l. (2006). Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (factores

diferenciadores entre las empresas publicas y privadas). Red de revistas científicas de america latina, el caribe, españa y portugal, 7-32.

Chiang, m., botelo, m., & huerta, p. N. (2008). Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (instituciones públicas) desarrollo, adaptación y validación de instrumentos. Revista universum n: 23 vol.2, 66-85.

Cibrán ferraz, p., prado román, c., crespo cibrán, m., & huerte galbán, c. (2013). Planificación financiera. Madrid: esic editorial.

Cirfs. (2017, 08 02). Retrieved from european man-made fibres association : <http://www.cirfs.org/>

Clark, c. (1940). Las condiciones del progreso económico.

Clement norris & pool jhon. (1982). Economía: enfoque américa latina. México: mcgraw-hill, pág. 13.

Clerc, i. (2012). Introducción a las condiciones del trabajo. Oit. 346 p. Ginebra.

Comex. (2015). Importaciones - evolución.

Comisión de las comunidades europeas. (2001). Libro verde. Bruselas: comisión europea.

Consejo nacional de educación. (2006). Plan decenal de educación. Quito.

Consortio ecuatoriano de responsabilidad social, (ceres). (2010). Quito.

Constitución. (1998). Art. 306. Quito.

Corichi, a., hernández, t., & garcía, m. (2015). El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas. Retrieved from universidad autónoma del estado de hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>

Coviello, m. (2003). Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de américa latina y el caribe. Santiago de chile: cepal.

Crespo córdova, a. B., & molina izquierdo, m. P. (2010). Utilización del balanced scorecard para la empresa galvanica cia ltda. Utilización del balanced scorecard para la empresa galvanica cia ltda. . Loja, loja, ecuador: : universidad nacional de loja.

De la torre, a. (2013). América latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad. Retrieved from artículos del banco mundial: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Definiciones de desarrollo. (2012). Definiciones de desarrollo. Retrieved julio 2017, from definiciones de desarrollo,: <http://www.definicion.org>

Diario expreso. (2015, abril 15). Ecuador es un ejemplo en bachillerato internacional.

Diaz, m. (2001). Rendimiento. Gpserrano, i(32), 100.

Diaz, r. (2011). Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo popular caracas utilizando métodos prospectivos. Cuba: tesis de maestría, universidad de cienfuegos.

Diccionario de la lengua española. (2015). Real academia española. Retrieved from real academia española: <http://dle.rae.es>

Dornbusch, r., fischer, s., & startz, r. (2008). Macroeconomía. Décima edición. México: mcgraw-hill irwin.

Duque, y., cardona, m., & jaimé, r. (2013). Responsabilidad social empresarial: teorías, índices, estándares y certificaciones. Scielo, 29(50).

Economía y finanzas internacionales . (2017, junio 13). Retrieved from <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecualliquidos s.a. (2017). Misión. Guayaquil: <http://ecualiquidos.com.ec>.

Edwards, s., & rodríguez, a. (2008). Lecciones aprendidas programa de turismo sostenible de conservación internacional en los andes. Quito, ecuador: conservación internacional.

Efe. (2005, septiembre 16). Palacio asegura haber incorporado los objetivos de desarrollo del milenio. La hora

nacional.

El telégrafo. (2011, noviembre 5). "hace bien, hace mejor", sello estatal a la excelencia.

El telégrafo. (2017). Sector y empleo informales en ecuador. Retrieved from el telégrafo : <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El universo. (2004, septiembre 16). La educación, desde que el universo es testigo. El universo.

El universo. (2015, febrero 15). Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de rse.

El universo. (2016, mayo 24). Inen implementará mi primer sello de calidad para mipymes.

Elizondo , a. (2002). Metodología de la investigación contable. México: international thomson editores s.a.

Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Retrieved from emprende pon a andar tus ideas: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&itemid=179>

Eslava, e. (2015). Education in latin america: challenges and opportunities for philosophy in the region. *Universitas philosophica* vol. 32, 223-243.

Espac. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia plátano ecuador. Inec. Retrieved from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

España , d., & rivera , e. (2012). Los universitarios y la democracia en bogotá: un caso de marketing político. *Papel político*, 1-42.

España espinoza, d. A., & rivera aya, e. N. (2012). Los universitarios y la democracia en bogotá: un caso de marketing político. *Redalyc*, 17(1), 23.

Espinel, l. (2006). Condiciones de rendimiento. *Dialnet*, i(30), 86.

Espinosa andrade, a. (2015). Educational statistics, indicators' report, vol. 1, march 2015. Quito: ministerio de educación.

Esteban, g. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. *Dialnet*, i(28), 55.

Fernández portillo, a., sánchez escobedo, m. C., jiménez naranjo, h. V., & hernández mogollón, r. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Madrid. España. Portal universia s.a. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?Id=43341001006>

Fernández, a., & emandez, a. (1986). *Ek diagnstico financiero de la empresa, nuevas tendencias en el analisis*. Madrid.

Ferrari, l. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. *Revista mexicana de física*, 36-43.

Figueiredo, a. (1993). El modelo del conflicto y la teoría de juegos. *Fundamentos económicos*, 319.

Flacso ecuador y mipro . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Retrieved from <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>

Freile, c. (2015, marzo). Para el aula. Retrieved abril 21, 2017, from [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%3b3n%20en%20el%20ecuador%20%28siglos%20xvi%2dxx%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%3b3n%20en%20el%20ecuador%20%28siglos%20xvi%2dxx%29)

Fuertes, m. O. (2005). Practicas de emprendimiento. *Dialnet*, i(15), 259.

Ganga, f., piñones, m., & saavedra, l. (2015). Clima organizacional: algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. *Fenopinaonline*.

Garabiza, b. (2015, septiembre). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: universidad de guayaquil - facultad de economía.

García Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. *Espol technological journal*, 2-45.

- García, a. (2009, julio). Eumed.net. Retrieved from el financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/importancia%20del%20sistema%20financiero.htm>
- García, e. (2007). Influencia de las industrias en el rendimiento. Dialnet, i(41), 180.
- García, j., ramos, c., & ruiz, g. (2006). Estadística empresarial. Manuales a 6 euros. Cádiz: servicio publicaciones uca.
- García, m. (2009). Clima organizacional y su diagnóstico: una aproximación conceptual. Cuadernos de administración, 43-61.
- García, m. (2009). Clima organizacional y su diagnóstico: una aproximación conceptual. Cuadernos de administración / universidad del valle / no. 42, 43-61.
- García, m., hernández, t., navarete, d., alejandra, c., & germán, s. (2014). Elementos de los modelos determinantes del clima organizacional. European scientific journal, 10(28), 107-122.
- Gasca y olvera. (2011).
- Global reporting initiative. (1997). Historia gri. Estados Unidos.
- Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón machala (gad). (2015). Gad municipal de machala (gad). Retrieved from <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>
- Gomez, c. (2004). Diseño, construcción y validación de un instrumento que evalúa clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al ítem. Acta colombiana de psicología, 97-113.
- Gomez, n. (2017). El modelo de triple hélice. Guayaquil: uess.
- Gómez-salas, j. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. Investigación económica, 171-202.
- Gonzalez. (2007). Variedad empresarial. Ventura, 73.
- Gonzalez. (2007). Variedad estratégica y rentabilidad empresarial. Economía aplicada, i(72), 200.
- González, j. (2009). La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles. México: divulgación.
- Gottmann, j. (1973). Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricità. Torino: einaudi.
- Goyes, j. (2012, diciembre 21). Clima organizacional en la universidad del valle, documento de trabajo diagnóstico. Retrieved from universidad del valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>
- Grajales. (2000).
- Grajales, p. (2014).
- Great place to work. (2010, noviembre 15). Buen clima laboral, una tarea pendiente. Diario hoy.
- Guerrero, g. (2012). El cacao ecuatoriano su historia empezó antes del siglo xv. Ide business school.
- Guerrero, r., focke, k., & rossini, f. (2010). Redes de seguridad financiera: aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe. Bogotá: bid.
- Gutierrez, a. (2015). La crisis financiera del 2008. Una visión desde la macroeconomía del desequilibrio. Res non verba, 116.
- Hamel, g. (2011). El futuro de la administración.
- Hansé, f. (2010). Quito: ceres.
- Heritage foundation. (2017). 2017 index of economic freedom. Washington, dc: heritage foundation.
- Hernández sampieri, r. (l. 2007. 336 p.). Fundamentos de metodología de la investigación. Madrid (España): . McGraw hill.
- Hernández sampieri, r., fernández collado, c., & baptista lucio, m. D. (2014). Metodología de la investigación. México d.f.: mcgraw-hill / interamericana editores, s.a. De c.v.
- Hernández, fernández y baptista . (2006). Metodología de la investigación.
- Hernández, r., fernández, c., & baptista, p. (2006). Metodología de la investigación. México d.f.: mcgraw hill .
- Hernández, r., mendez, s., & contreras, r. (2014). Construcción de un instrumento para medir el clima

organizacional en función del modelo de los valores en competencia. *Contaduría y administración* 59 (1), 229-257.

Herzberg, f. (1954). La teoría de la motivación-higiene.

Herzberg, f. (2003). Una vez más : cómo motivar a sus empleados. *Harvard business review*, 3-11.

Hurtado, m. (2017). ¿cuál es el origen del emprendimiento? Retrieved from <https://www.aulaclicks.com/cuales-el-origen-del-emprendimiento/>

Industrias. (2016). Las industrias de bebidas se fortalece con inversión. *Vistazo*, 15.

Inec. (2014). Encuesta de superficie y producción agropecuario continua espacio 2014. Retrieved from instituto nacional de estadísticas y censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

Instituto nacional de estadísticas y censos (inec). (2010). Fascículo provincial el oro. Resultados del censo 2010. Retrieved from instituto nacional de estadísticas y censos (inec): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/manu-lateral/resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/manu-lateral/resultados-provinciales/el_oro.pdf)

Instituto nacional de estadísticas y censos (inec). (2016). Reporte de economía laboral. Retrieved from instituto nacional de estadísticas y censos (inec): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/informe_economia_laboral-mar16.pdf)

Instituto nacional de, s. (2012). Notas técnicas de prevención. Primera edición. Barcelona: editorial series vz.

Jácome, e. (2016, junio 13). From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam. *El comercio*, pp. 1-2.

Jiménez, t. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. *Energética*, 93-105.

Johnson g. Y scholes, k. (1996). Dirección estratégica. Madrid: ed. Prentice hall.

Jorge palencia, i. B. (2007). La gerencia de proyectos de responsabilidad social. *Orbis*, 69-72.

Kaplan, r., & norton, d. (2005). Cuadro de mando integral. Madrid: gestión 2000.

Kaplan, r., & norton, d. (2008). Estrategia corporativa. Harvard business school press.

Klare, m. (2012). La geopolítica del gas natural. España: papeles.

Kreps, d. (1990). Un curso de teoría microeconómica. Princeton: princeton university press, 120.

Krugman, p. (2008). Fundamentos de economía. Barcelona: editorial reverté s.a++a.

Kuschick, m. (2010). Marketing y comunicación política. Universidad autónoma metropolitana unidad azcapotzalco, 41.

La hora nacional. (2016, diciembre 10). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Retrieved from <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.ws4yjfnyuuk>

Lastra, f. (2006). Rendimiento rentabilidad. *Yirepa*, 15.

Lastra, x., coloma, j., espinosa, d., & herrera, f. (2015). Las energías renovables en la actividad turística. *Innovaciones hacia la sostenibilidad*. Siembra, 086-094.

Lema, b. M., & ferrer, m. (2016). The investigative training of teachers: an imperative for higher technological institutes in Ecuador. *Santiago*, 266-279.

Ley orgánica de defensa del consumidor. (2000). Quito.

Ley orgánica de discapacidades. (2012). Quito: asamblea nacional.

Líderes. (2014, septiembre 29). El sector de las mipymes está en pleno crecimiento.

Líderes. (2016, noviembre 21). El sector alimentos piensa en exportación.

Líderes. (2017, enero 11). E trabaja para exportar más.

Líderes. (2017, marzo 3). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.

Líderes. (2017, abril 11). Un fondo de 10 millones de euros para mipymes que apuntan a la unión europea.

Lima, m., & lópez, m. (2012). Estudio de responsabilidad social empresarial en Ecuador. Quito: CERES.

Littlechild, s., & thompson, g. F. (1977). Teoría de juegos y planificación de estrategias. *Campana journal of economics* vol. 8, n° 1, 126.

- Llano, l., & mosquera, v. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad nacional de colombia.
- López mateo, c. (2010). Planeación financiera en mipymes de industrias en crecimiento: el caso de los laboratorios de naturistas de la zona metropolitana de guadalajara. Universidad de guadalajara. Centro universitario de ciencias económico administrativas.
- López torres, g. C., maldonado guzmán, g, pinzón castro, s., & garcía ramírez, r. (2016). Colaboración y actividades de innovación en pymes. México. Unam. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>
- López, a., contreras, r., & rubén, m. (2011). La rse como estrategia de competitividad en el sector alimentario. Scielo, 261-283.
- Lopez, e. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en bogotá. Universidad & empresa, 9-35.
- Lopez, j., & maldonado, v. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the eucation ministry of ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of macas. Salesiana academic journal (thesis), 23-107.
- Lousteau, m. (2011). Economía en 3d. Buenos aires: editorial sudamericana s.a.
- Luce, r. D., & raiffa, h. (1957). Games and decisions. Wiley & sons, 59.
- Luna tamayo, m. (2014). Educational policies of ecuador, 1950-2010: state deeds and society's initiatives. Uned, 1-362.
- Malhotra, n. K. (2016). Investigacion de mercados. Mexico d.f.: pearson education.
- Mallo, p. E. (2005). La medición de variables cualitativas en el balance scorecard. La medición de variables cualitativas en el balance scorecard. Buenos aires: congreso metropolitano de ciencias economicas.
- Mankiw, g. (2012). Principios de economía. México: cengage learning.
- Manso, j. (2002). El legado de frederick irving herzberg. Revista universidad eafit , 80-87.
- Manuel, f. (2001). Procesos estrategicos y implicacion para el rendimiento. Revista anual, i(38), 116.
- Mccth. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . Ecuadoruniversitario, 1-2.
- Meier, p. (2014). Leveraging uncertainty: a practical approach to the integration of responsible innovation through design thinking.
- Méndez, s. (2003). Fundamentos de economía. México: mc graw hill 3era edición. Pág. 11.
- Méndez, s. (2003). Fundamentos de economía. México: mc graw hill 3era edición. Pág. 11.
- Méndez, s. (2003). Fundamentos de economía. Mexico: mc graw hill 3era edición.
- Mendoza, m. (2016, diciembre 11). Un viaje al origen del 'boom' bananero. El comercio.
- Merino, l. (2012). Las energías renovables. España: energías renovables para todos.
- Ministerio coordinador de la producción, e. Y. (2014). Ministerio coordinador de la producción, empleo y competitividad del ecuador. Retrieved 06 12, 2014, from <http://www.produccion.gob.ec/:http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador-espaniol.pdf>
- Ministerio de comercio exterior. (2016). Más de 100 mipymes cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de mce. Retrieved from <http://www.comercioexterior.gob.ec>
- Ministerio de industrias y productividad. (2013). Fomento de las pymes ecuatorianas. Guayaquil-ecuador: secretaria nacional de planificación y desarrollo.
- Ministerio de trabajo y seguridad social. (2012). Gestión de seguridad y salud en el trabajo. La habana: instituto de estudios e investigaciones del trabajo.
- Ministerio del trabajo. (2015). Seguridad y salud en el trabajo. Retrieved from



- <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.
- Mipro. (2012). Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores. Ministerio de industria y productividad.
- Mira, m. (2012). La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: un campo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores. España.
- Moliner. (2012). Relación con el rendimiento y rentabilidad en empresas. *Papersdeturisme*, 75.
- Morla, m. (2006, febrero 12). Cacao ecuatoriano glorias de siempre. *El universo*.
- Mujica, m., & perez, i. (2007). Gestión del clima organizacional: una acción deseable en la universidad. *Revista de educación*, año 13, número 24, 290-304.
- Murillo, d. (2007). Rescatar la economía económica de adam smith. In *ética, economía y empresa* (p. 39). Barcelona: gedisa.
- Murillo, d., & arnau, g. (2007). Ética, economía y empresa. In *la dimensión moral de la economía* (p. 84). España: gedisa s.a.
- Naciones unidas. (2000). Declaración del milenio. Nueva york: asamblea general.
- Nadal, a. (2002). Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México. México: casa juan pablos, unam y iiec.
- Narváez licerias, a. (2017). Finanzas corporativas y estudios de casos. Lima: macro irl.
- Navarrete, j. (2012). Política económica. México: red tercer milenio s.c.
- Navarro, e. (2008). Aplicaciones de maslow y herzberg a los trabajadores del sector de la construcción. *Work organization and human resources management xii congreso de ingeniería de organización*, 1917-1927.
- Noblejas. (2012). Retrieved from página 7 comunicación s.l. C/ noblejas, 5 bajo - 28013 madrid
- Ocde. (n.d.). Retrieved from <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>
- Ocde/cepal/caf. (2016). Perspectivas económicas de América Latina 2017: juventud, competencias y emprendimiento. Paris. Francia. Oecd . Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>
- Ochoa setzer , g. (2012). Administración financiera. Mexico: mcgraw-hill.
- Oei. (2016). Organización de estados iberoamericanos para la educación, la ciencia y la cultura. Retrieved 2017, from [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)
- Oficina internacional del trabajo (oit). (2013). La transición de la economía informal a la economía formal . Retrieved from oficina internacional del trabajo (oit): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)
- Ordiz, m. (2001). Rendimiento. *Dialnet*, i(45), 252.
- Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación. (2015). Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca. Roma, Italia: fao.
- Organización internacional del trabajo (oit). (2013). La economía informal causas, consecuencias y ejes de solución. Retrieved from organización internacional del trabajo (oit): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-aperhu\\_-\\_roberto\\_villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-aperhu_-_roberto_villamil.pdf)
- Ortega, a. (2016). Semblanza del dr. Rodrigo borja acto de investidura doctor honoris causa. Guayaquil.
- Owen, g. (1968). *Game theory*. Philadelphia: saunders.
- Pacheco, l., & pacheco, r. (2015). Evolución de la educación superior en el Ecuador. *La revolución educativa de la universidad ecuatoriana*. Pacarina del sur.
- Páez, t. (2009). Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de. Universidad de valencia, 1-14.
- Paladines, c. (2015). Prospects for change in basic education and high school. Ecuador: 2007-2013. *Praxis educativa*; vol. 19, 3452.
- Palma, s. (2000). Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias. *Revista de investigación en*

psicología, 11-21.

Pardo granizo, m. A. (2013). Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón milagro. Milagro. Ecuador. Uem. Retrieved from banco central del ecuador: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?Tbl=pib>:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>

Patricio peña, presidente del instituto ecuatoriano de gobernanza corporativa (iegc). (2017, junio 28). El gobierno corporativo y la responsabilidad social empresarial. Fundación corresponsable.

Patterson, m., west, m., shackleton, v., jeremy, d., rebecca, l., maitlis, s., et al. (2005). Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation. *Journal of organizational behavior*, 379-408.

Pérez, r., & carrillo, b. (2000). *Desarrollo local: manual de uso* (2da. Ed.). Madrid: esic.

Pino, j. (2007). *Alto rendimiento*. Andrews, i(28), 60.

Producción, r. A. (2014). *Www.produccion.gob.ec*. Retrieved 06 12, 2014, from <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/reglamentoscodigoproduccion.pdf>

Programa formación de formadores en rse. (n.d.). Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?

Pronaca. (2015). *Memoria sostenible de ser pronaca*. Guayaquil.

Quijije, b., & verzosi, c. (2017). Ecuador: desarrollo local y emprendimiento. In c. Ronny (ed.), *perspectiva del desarrollo regional sustentable en ecuador* (pp. 47-66). Loja: ediloja cia. Ltda.

Rae, r. (2017). *Diccionario de lengua española*. Retrieved from estabilidad: <http://www.rae.es/>

Ramírez gonzález a. (2010). *Metodología de la investigación científica*.

Ramírez, r., abreu, j., & badii, m. (2008). La motivacion laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; caso empresa manufacturera del tuberia de acero. *Daena: international journal of good conscience*, 143-148.

Ramos ferrin, v. L. (2006). Auditoría de los indicadores financieros de la banca en el ecuador periodo julio - diciembre del 2005. Auditoría de los indicadores financieros de la banca en el ecuador periodo julio - diciembre del 2005. Guayaquil.

Ratzel, f. (1902). *La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida*. Alemania.

Real academia española. (2012, junio 29). *Diccionario*. Retrieved from sitio web de la real academia de la lengua: <http://www.rae.es/>

Red de firmas (pwc). (2016). Informe del king iv sobre gobierno corporativo <sup>TM</sup> para sudáfrica 2016. Sudáfrica: pwc.

Reinoso, h., & araneda, b. (2007). Diseño y validacion de un modelo de medicion del clima basado en percepciones y expectativas. *Revista ingeniería industrial - año 6, n° 1 - segundo semestre*, 42.

Rentería, e. (2004). *Empelabilidad: una lectura psicosocial*. Seminario los trabajos de la globalización. Medellín: escuela nacional sindical ens.

Restrepo, l., & gonzalez, j. (2007). De pearson a spearman. *Revista colombiana de ciencias*, 183-192.

Revista ekos. (2015, 06). *Ekosnegocios*. Retrieved from <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verarticulocontenido.aspx?Idart=6446>

Revista ekos negocios. (2011). Conformación de la norma iso 26000. In *empresas con responsabilidad social corporativa* (pp. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).

Revista ekos negocios. (2011). Elcafé y su responsabilidad social. In [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com) (ed.), *empresas con responsabilidad social corporativa* (pp. 68-69). Ecuador.

Revista ekos negocios. (2011). Nestlé: creación de valor compartido. In *empresas con responsabilidad corporativa* (pp. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).

Revista ekos negocios. (2017). Industria de alimentos: manufactura de mayor aporte al pib.

Revista líderes. (2015). La informalidad laboral, una condición arraigada en ecuador. Retrieved from revista líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>

Reyes, p. (2016). Combustibles fósiles y contaminación. Colombia: universidad nacional de colombia.

Rio, m. D. (2013). Relacion entre rentabilidad y rendimiento . *Economía* , 73.

Rios, m. F. (2007). Procesos de rentabilidad en una organizacion. *Psicothema*, i(8), 102.

Rodríguez puente, e. (2005, enero). Boletín técnico. Retrieved from [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/bol\\_08\\_05\\_mty\\_fc.pdf](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/bol_08_05_mty_fc.pdf)

Rodriguez, d. (2005). Diagnóstico organizacional. Buenos aires: editorial alfaomega.

Rosero, r., bermúdez, j., gómez, g., garcía, m., & reyes, i. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la fuerza aérea colombiana. *Diversitas: perspectivas en psicología*, 267-284.

Ross, s., westerfield, r., & jaffe, j. (2010). *Finanzas corporativas*. Mexico: mcgraw-hill companies.

Rubio domínguez, p. (2008). *Inreoducción a la gestión empresarial*. Madrid: instituto europeo de gestión empresarial.

Rubio, p. (2007). *Manual de analisis financiero*. *Derecho y economía*, i(2), 10.

Sack, r. (1986). *Human territoriality: its theory and history*. Cambridge university : press.

Salgado, j., remeseiro, c., & iglesias, m. (1996). Clima organizacional y satisfacción laboral en una pyme. *Psicothema* , 329-335.

Samuelson, p. (2001). *Macroeconomía*. Décima sexta edición. Barcelona: mc. Graw hill.

Samuelson, paul y nordhaus william,. (2005). *Economía*. Mexico: mcgraw -hill. 18.a.ed.

Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *Researchgate*., 50-62.

Sánchez, j. (2015, noviembre). Tesis de maestría . *Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano en ecuador*. Guayaquil: universidad de guayaquil - facultad de ciencias económicas.

Santos, m. (1994). *O retorno do território*. São paulo: hucitec-anpur.

Sarmiento, s., & montoya, j. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.

Sashkin, m. (1996). *El cuestionario mbm gestion por motivación*.

Satterthwaite, m. A. (1975). *Economía, aplicacion de estrategia en la teoria de juegos*. *J. Econ. Theory*, 187-217.

Schotter, a., & schwodiauer, g. (1980). *Economía y teoría de juegos*. *Diario of economic literature*, 89.

Secretaria de relaciones migratorias y consulares. (2007, julio). *Política migratoria del ecuador*. Retrieved from <http://www.refworld.org/pdfid/49002e312.pdf>

Segovia, f. (2016, noviembre). *Sixto durán ballén, el señor presidente*. *El comercio*.

Semplades, s. (2013). *Plan nacional para el buen vivir 2013-2017*. Quito: semplades.

Senge, p. (2003). *La quinta disciplina, el arte y la práctica de las organizaciones que aprenden*. . *Currency*.

Serrano carmona, a. (2015, october 25). 47% of working children in ecuador, in risk situations. 'La hora', pp. 1-3.

Shubik, m. (1987). *Game theory in social sciences*. Massachusetts: mit press.

Smith, a. (1776). *La riqueza de las naciones*. Londres: alianza.

Stanley fischer, rudiger dornbusch y richard schmalensee. (1990). *Economía*. España: macgraw-hill, pag. 3.

Stieler, u. (2014, julio 16). *Mejor clima para energías renovables en ecuador*. Retrieved from <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>

Stiglitz, j. (2002). *El malestar en la globalización* (1era ed.). España: litografía losés s.a.

Superintendencia de compañía del ecuador. (2011). *Superintendencia de compañía del ecuador*. Retrieved from [www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)

Tafur, g. (2016). *Impact of new policies of higher education in universities and polytechnic schools of ecuador*.

- Business magazine, 27-34.
- Talledo, m., & solòrzano, d. (2013). Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de guayaquil, sector este. Guayaquil: universidad politècnica salesiana.
- Tarantino, s. (2012, 06 16). De gerencia. Retrieved from <http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de-indicadores>
- Tedesco, j. C., & lopez, n. (2002). Secondary education challenges in latin america. Cepal magazine, 55-69.
- Tirole, j. (1988). La teoría de juegos en la organización industrial. Cambridge: mit press.
- Tomalá, m. (2003). Terminos económicos. Manta: análisis ediciones.
- Topanta vera, m. I. (2010). Diseño e implementación de indicadores de gestión. Diseño e implementación de indicadores de gestión. Guayaquil, guayas, ecuador:: escuela superior politecnica del litoral.
- Toro, f. (1996). Clima organizacional y productividad . Temas de administracion, 66-72.
- Torres, r. M. (1990). Alfabetización de adultos en américa latina: problemas y tareas. Quito: ciudad centro de investigaciones.
- Transparency international. (2017). Transparency international. Retrieved abril 24, 2017, from [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)
- Unesco. (1988). .
- Unesco. (2006). El currículo a debate. Prelac proyecto regional de educación para américa latina y el caribe, 1-160.
- Unesco. (2014). . Marco de accion prioritaria.
- Universidad técnica de machala. (2017). Reglamento de elecciones y referendo reformado abril 2017. Machala: secretaria general.
- Universidad técnica de machala. (2017). Resoluciones . Machala: consejo universitario.
- Valdez, a. (2015). Elaboración de un manual de procedimiento de seguridad e higiene del trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construccion de obras civiles en la empresa faga de la ciudad de guayaquil. Retrieved from <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/ups-gt001284.pdf>.
- Valdez, a. (n.d.). Influencia del rendimiento. Dialnet, ii(28), 46.
- Vallaes, f. (. (2003). La etica y moral en las instituciones.
- Van horne c., j. W. (2010). Fundamentos de administración financiera (decimotercera edición ed.). México, méxico: pearson educacion.
- Vásquez, h., & dacosta, o. (2007). Fermentación alcohólica: una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas. Ingeniería investigación y tecnología, 249-259.
- Vega, d., arévalo, a., sandoval, j., aguilar, m. C., & giraldo, j. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en bogotá, colombia (1994-2005). Revista diversitas- perspectivas en psicologia-vol 2, no. 2, 429-349.
- Véliz, j., & díaz, s. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de guayaquil. Universidad esan, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.
- Villacís, m. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: universidad casa grande.
- Villar, l. (2007). Estado de derecho y estado social de derecho. Revista derecho del estado,, 10(20), 73-96.
- Vinogradoff, l. (2014, 04 05). Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano leopoldo lópez. Abc international.
- Vistazo. (2016). La industria de bebidas se fortalece con inversión.
- Viteri diaz, g. (2006). Education situation in ecuador. Latin american economy observatory, 1-24.
- Vives, a., corral, a., & isusi, i. (2005). Responsabilidad social de la empresa en las pymes de latinoamerica.

Washington.

Wateryear. (2007). Retrieved from [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007

World bank group. (2006). ¿qué es rse?

Yakumuseoagua. (2008). Retrieved from [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008

Zavala egas, z. (1999). Corrupción política: el caso del ecuador. Corrupción política: el caso del ecuador. Guayaquil.

# Análisis del balance social en base a la metodología ACI, para cooperativas de ahorro y crédito

**Iván Patricio Arias González**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
pato\_ivanch@yaho.com

**Jessica Paola Cajas Guerra**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
Jessypc\_85@hotmail.com

**Raquel Virginia Colcha Ortiz**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
raquelcolcha2011@gmail.com

## Resumen

La investigación tiene como objetivo analizar el Balance social como medio eficaz para evaluar, controlar y por tanto mejorar progresivamente el desempeño, mediante la información metódica y sistemática referida a la responsabilidad social. En la toma de datos para la aplicación de la herramienta de la ACI de las cooperativas desde el punto de vista de la función social, en tal sentido, se realiza una investigación metodológica fundamentada en el enfoque cuantitativo y cualitativo basado en datos y hecha para analizar el desarrollo y bienestar de talento humano. Finalmente el Balance Social permite tomar decisiones a partir de información no sólo económico-financiera, sino también social ya que incluye diversas variables relacionadas con el comportamiento de la organización, en el sistema social dentro del cual se encuentra inmersa. La cooperativa debe mejorar ciertos aspectos relacionados a la educación y capacitación de sus miembros, equidad de género en acceso a puestos de mando y asuntos medioambientales. Debe también fortalecer sus alianzas estratégicas en conjunto con entidades públicas contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida del asociado, su familia y de la comunidad en general. Se recomienda aplicar el modelo de BSCoop en base a la metodología ACI, misma que sirve como herramienta de gestión gerencial cooperativa en el cumplimiento de los principios cooperativos y la presencia de la misma en la comunidad.

**Palabras Clave:** Balance social. Responsabilidad social, principios metodología ACI.

## Abstract

The research aims to highlight the importance of the Social Balance as an effective means to evaluate, control and thus progressively improve performance, through methodical and systematic information on social responsibility. In the data collection for the application of the ICA tool of the cooperatives from the point of view of the social function, in this sense, a methodological investigation is carried out based on the quantitative and qualitative approach based on data and made to analyze The development and well-being of human talent. Finally, the Social Balance allows decisions to be made based on information not only economic-financial, but also social as it includes several variables related to the behavior of the organization, in the social system within which it is immersed. The cooperative must improve certain aspects related to the education and training of its members, gender equity in access to command posts and environmental issues. It should also strengthen its strategic alliances with public entities contributing to the improvement of the quality of life of the associate, his family and the community in general. It is recommended to apply the BSCoop model based on the ACI methodology, which serves as a tool for cooperative management in the fulfillment of cooperative principles and the presence of the same in the community

**Keywords:** Social balance. Social responsibility, principles ACI methodology.

## **Introducción**

El presente trabajo es una guía para la elaboración del Balance Social Cooperativo, haciendo énfasis en temas como: el aporte de la cooperativa a la comunidad, su contribución al mejoramiento de la calidad de vida de sus trabajadores, asociados y sus familias en general, su aportación al cuidado del medio ambiente y su colaboración a causas o proyectos sociales que impulsen al desarrollo de la comunidad.

Se entiende por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) un modelo de gestión ético, en el que las organizaciones, de manera voluntaria, se comprometen y responden por sus actuaciones económicas, sociales y medioambientales frente a los grupos de interés, de tal forma que contribuyan al desarrollo sostenible y a la creación de valor de todo el sistema empresarial, desde una perspectiva compleja. A partir de esta definición, este estudio indagó por su génesis y desarrollo, con el fin de proponer un modelo de diagnóstico, de evaluación y de seguimiento de Balance Social para las cooperativas y la formulación de un Plan Estratégico de Responsabilidad Social cooperativista.

Hablar de una gestión contextual exitosa supone, cada vez más, referirse a una organización que logra su rentabilidad económica sin descuidar la sostenibilidad ambiental y la equidad social. Este tipo de gestión no puede ser alcanzado de otro modo que desarrollando habilidades para establecer relaciones duraderas y rentables con los grupos de interés de la empresa (stakeholders).

Al ser las Cooperativas organizaciones de personas y no de capitales cuya actividad se fundamenta en valores y principios para satisfacer las necesidades de sus dueños (los socios) así como del entorno donde cada uno de ellos desarrolla sus actividades, tiene que dar cuenta a grupos de interés, de las acciones que no solamente en términos financieros realizan, sino sobre todo el impacto social que dichas actividades generan en el entorno.

El Balance Social como instrumento, se ha constituido en las cooperativas como una valiosa herramienta de gestión que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento del objeto social de las cooperativas, tanto en su área interna como externa, durante un periodo determinado.

## **Importancia del Problema**

El Balance Social Cooperativo es una metodología desarrollada, con el objetivo de convertirse en una herramienta de gestión socioeconómica que facilita a las cooperativas medirse y rendir cuentas a los asociados, en su calidad de gestores, usuarios y a todos los demás grupos de interés que son impactados por su accionar en relación con el cumplimiento de su propia esencia o identidad, es decir, desde los valores y los principios cooperativos.

El balance social es un instrumento de medición del impacto de las cooperativas en su comunidad; el mismo que se enfoca en contribuir al logro de los objetivos señalados por la ACI constituyéndose en un instrumento idóneo en el camino de ofrecer información social en forma sistemática y comparable.

La investigación se fundamenta en la aplicación de la Declaración de Valores y Principios Cooperativos aprobada en la Asamblea General de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), celebrada en Manchester en 1995, la misma que responde a las exigencias que demanda la cooperativa moderna, en medio de un entorno que obliga a la consolidación de su identidad cooperativa. En mencionada declaración se establecen los siete principios que rigen el funcionamiento de todas las organizaciones que conforman el movimiento cooperativo, incluidas las Cooperativas que pertenecen a la Economía Popular y Solidaria del país, sin embargo es válido

aclarar que en el caso ecuatoriano nuestra normativa legal que en términos generales manifiesta que por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital, los principios que aplica en el Ecuador que en su contexto significa que las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- El comercio justo y consumo ético y responsable;
- La equidad de género;
- El respeto a la identidad cultural;
- La autogestión;
- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Las cooperativas en su novedad social y científica, en su necesidad de registrar, medir y evaluar su desempeño o acción social, cuentan con la ventaja que confiere su especificidad como empresa, que la convierte en una organización peculiar y diferente del resto y que está determinada por su compromiso social, tanto con respecto a sus asociados como con respecto a otros colectivos interrelacionados con estas organizaciones. La evaluación sobre el grado de desempeño social de las cooperativas debe constituir un instrumento de gestión que garantice la autenticidad e identidad de estas entidades.

Muchos países de nuestra región han desarrollado esfuerzos en aras de diseñar y establecer metodologías de medición y evaluación del desempeño social de las cooperativas y actualmente han aunado esfuerzos en pos de asimilar las experiencias más significativas y de mayor reflejo de la acción social y los resultados del trabajo de nuestras organizaciones.

### **Metodología**

El trabajo de investigación de acuerdo al enfoque presentado se orientó a la integración de la modalidad tanto cuantitativa como cualitativa, ya que permite medir el grado de cumplimiento de la responsabilidad social con la aplicación de un modelo de Balance Social aplicando la metodología ACI.

El instrumento de medición aplicado a procedimientos de balance social conjuntamente con responsabilidad social corresponde a un cuestionario de preguntas cerradas y mixtas, conformado por el encabezado, donde se menciona el objetivo de la encuesta y las preguntas demográficas o de ubicación del sujeto encuestado, los datos generales se ejecutan en la Cooperativa 9 de Octubre Ltda. Para la implantación del Balance Social en una empresa, es necesario que existan una serie de condiciones que hagan factible su realización como un proceso continuo de gestión.

Para elaborar un Balance Social no existe una metodología establecida, es importante tener en cuenta que a partir de las diferentes características de las organizaciones en cuanto a: razón social, sector al que pertenecen,



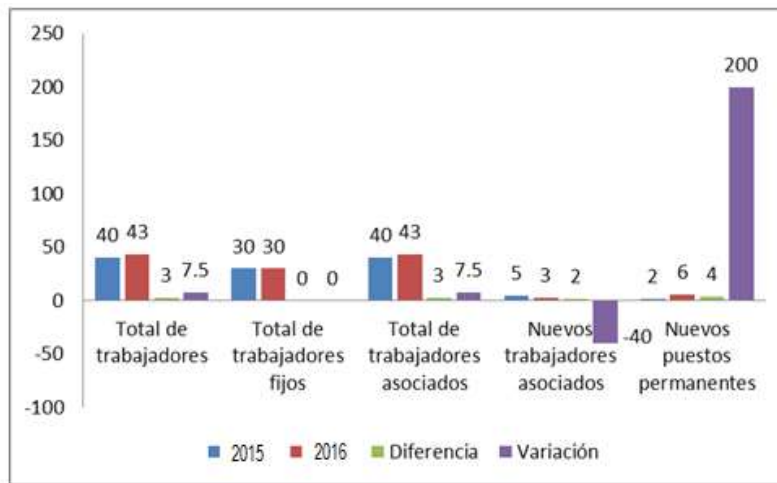
entorno donde se desempeñan, entre otras, debe diseñarse un modelo de indicadores específicos que interpreten a cabalidad la realidad organizacional a evaluar. Tomando en consideración los elementos del modelo

## Resultados

Los resultados obtenidos se fundamentan desde un análisis de los principios del balance social de acuerdo a la metodología ACI.

### Primer principio: membresía abierta y voluntaria

“Las cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía, sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa”.



Fuente: ACI-BSCOOP (Principios y Anexos).

### Segundo principio: control democrático de los miembros

Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus socios, quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa, responden ante los socios. En las cooperativas de base, los socios tienen igual derecho de voto (un socio, un voto), mientras en las cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos.

El cumplimiento de este principio se analiza a partir de cuatro dimensiones e indicadores que lo conforman y que se muestran a continuación:

DIMENSIÓN 1 [D1]: Participación en asambleas.

DIMENSIÓN 2 [D2]: Accesibilidad a cargos sociales.

DIMENSIÓN 3 [D3]: Equilibrio real de poder entre asociados.

DIMENSIÓN 4 [D4]: Democracia en el trabajo (Clima Laboral).

Tabla 1. Convocatoria y Asistencia de Asociados en últimas Asambleas

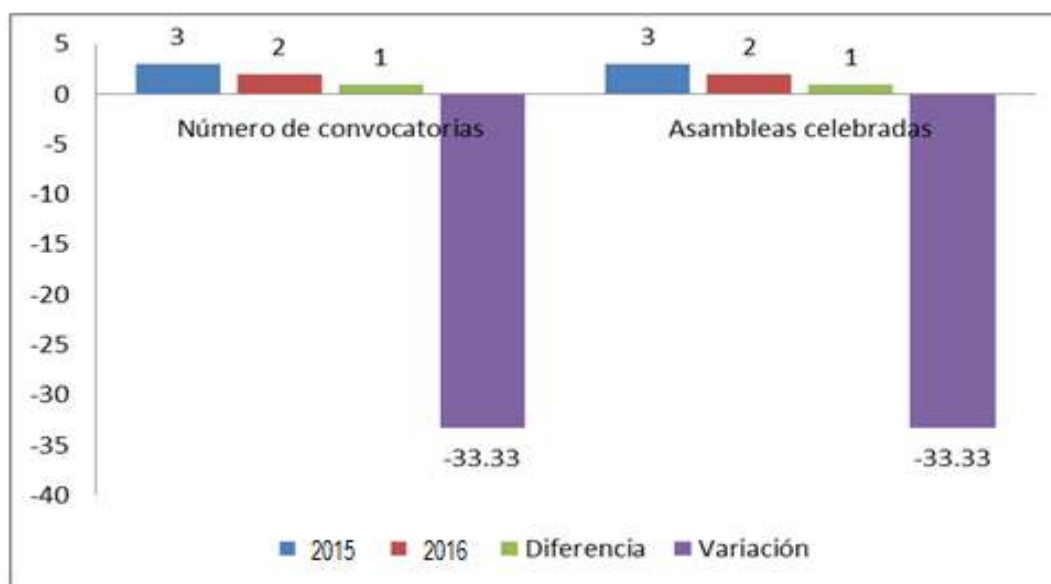
Convocados	Diferencia	Variación	Asistentes	Diferencia	Variación
------------	------------	-----------	------------	------------	-----------

	2013	2014			2015	2016		
3ª	37	0	37	0%	26	0	26	0%
2ª	37	34	3	-8.11%	27	25	2	-7.41%
Última	33	38	5	15.15%	32	29	3	-9.38%

**Variables Principio 2: Dimensión 1 [D1]  
Asambleas Celebradas**

**Tabla 2.** Variables Principio 2: Dimensión 1 [D1] Asambleas

Variables	2015	2016	Diferencia	Variación
Número de convocatorias	3	2	1	-33.33%
Asambleas celebradas	3	2	1	-33.33%



**Tercer principio: participación económica de los miembros**

Los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa. Usualmente reciben una compensación limitada, si es que hay, sobre el capital suscrito, como condición de socio. Los miembros asignan excedentes para cualquiera o todos los siguientes propósitos: el desarrollo de la cooperativa mediante la posible creación de reservas de la cual al menos una parte debe ser indivisible; los beneficios para los miembros en proporción con transacciones con la cooperativa; y el apoyo a otras actividades según lo aprueben la membresía.

El cumplimiento de este principio se analiza a partir de cinco dimensiones e indicadores que lo conforman y que se muestran a continuación:

DIMENSIÓN 1 [D1]: Capital como propiedad común.

DIMENSIÓN 2 [D2]: Compensación limitada al capital.

DIMENSIÓN 3 [D3]: Asignación de excedentes.

DIMENSIÓN 4 [D4]: Distribución del valor agregado cooperativo.

DIMENSIÓN 5 [D5]: Esfuerzo económico exigido a los asociados.

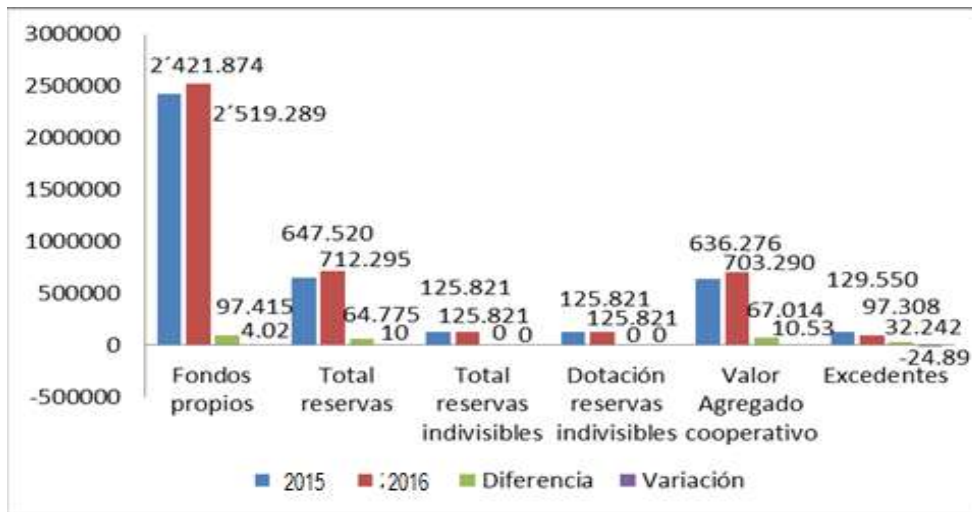
**Fuente:** ACI-BSCOOP (Principios y Anexos).

## Reservas

**Tabla 3.** Dimensión 1 [D1] Reservas

Variables	2015	2016	Diferencia	Variación
Fondos propios	2'421.874	2'519.289	97.415	4.02%
Total reservas	647.520	712.295	64.775	10%
Total reservas indivisibles	125.821	125.821	0	0%
Dotación reservas indivisibles	125.821	125.821	0	0%
Valor Agregado cooperativo	636.276	703.290	67.014	10.53%
Excedentes	129.550	97.308	32.242	-24.89%

**Fuente:** COAC 9 de Octubre.



### Cuarto principio: autonomía e independencia

Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus socios. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus socios y mantengan la autonomía de la cooperativa.

El cumplimiento de este principio se analiza a partir de tres dimensiones e indicadores que lo conforman y que se muestran a continuación:

DIMENSIÓN 1 [D1]: Independencia Financiera.

DIMENSIÓN 2 [D2]: Autonomía de Partícipes no Asociados.

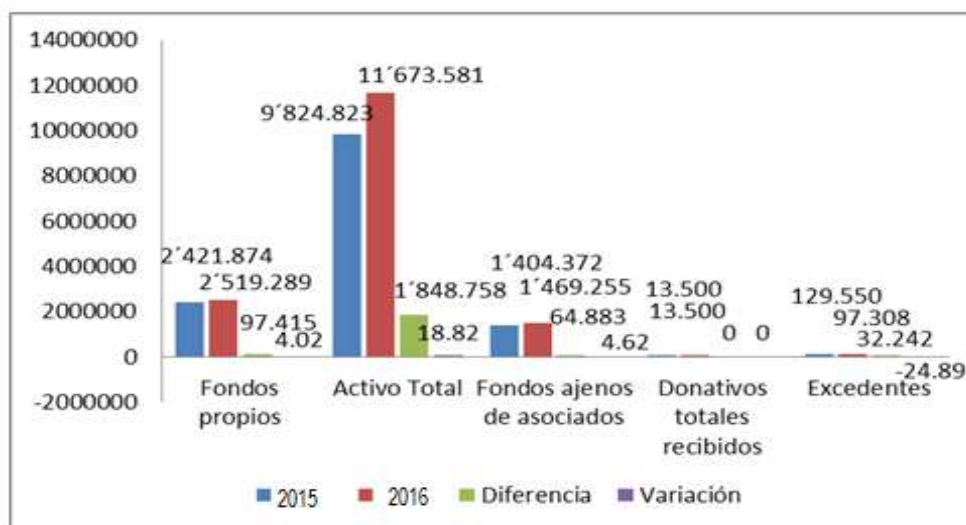
DIMENSIÓN 3 [D3]: Cesión de Derechos a Otros Inversionistas.

**Fuente:** ACI-BSCOOP (Principios y Anexos).

Tabla 4. Variables Principio 4: Dimensión 1 [D1] Activo Total

Variables	2015	2016	Diferencia	Variación
Fondos propios	2'421.874	2'519.289	97.415	4.02%
Activo Total	9'824.823	11'673.581	1'848.758	18.82%
Fondos ajenos de asociados	1'404.372	1'469.255	64.883	4.62%
Donativos totales recibidos	13.500	13.500	0	0%
Donativos recibidos en el período	0	0	0	0%
Excedentes	129.550	97.308	32.242	-24.89%

Fuentes: COAC 9 de Octubre



### Quinto principio: educación, entrenamiento e información

Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas. Las cooperativas informan al público en general, particularmente a los jóvenes creadores de opinión acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo. (ACI)

El cumplimiento de este principio se analiza a partir de tres dimensiones e indicadores que lo conforman y que se muestran a continuación:

DIMENSIÓN 1 [D1]: Inversión en educación

DIMENSIÓN 2 [D2]: Contribución al desarrollo por parte de los procesos de educación y capacitación

DIMENSIÓN 3 [D3]: Información

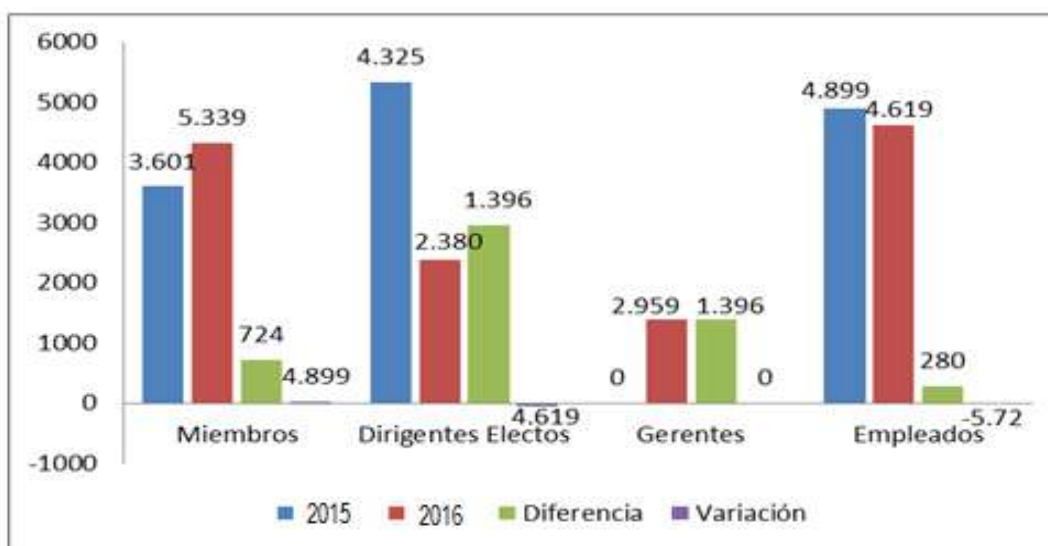
Fuente: ACI-BSCOOP (Principios y Anexos).

### Inversión y destinados en educación y capacitación

**Tabla 5.** Variables e Indicadores Principio 5: Dimensión 1 [D1] Inversión en educación

Variables	2015	2016	Diferencia	Variación
Miembros	3.601	4.325	724	20.11%
Dirigentes Electos	5.339	2.380	2959	-55.42%
Gerentes	0	1.396	1396	0%
Empleados	4.899	4.619	280	-5.72%
Total Inversión	13.839	12.720	-1119	-8.08%

Fuente: COAC 9 de Octubre.



#### Sexto principio: cooperación entre cooperativas

Las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo, trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales

El cumplimiento de este principio se analiza a partir de tres dimensiones e indicadores que lo conforman y que se muestran a continuación:

DIMENSIÓN 1 [D1]: Integración a efectos representativos.

DIMENSIÓN 2 [D2]: Integración a efectos de negocios.

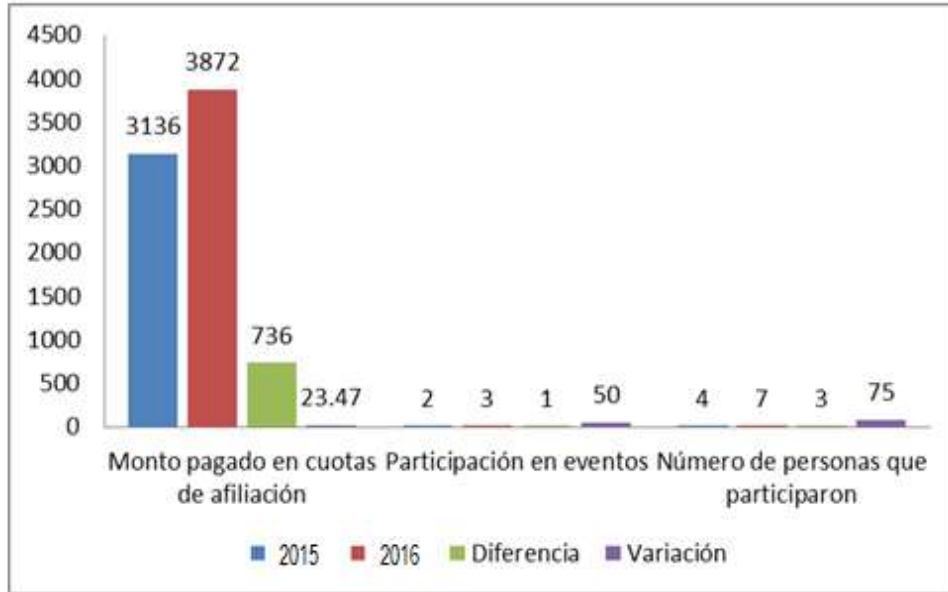
DIMENSIÓN 3 [D3]: Colaboraciones brindadas y recibidas con otras cooperativas.

Fuente: ACI-BSCOOP (Principios y Anexos).

#### Variables e Indicadores Principio 6: Dimensión 1 [D1] Integración en organismos sectoriales e intersectoriales

**Tabla 6.** Variables e Indicadores Principio 6: Dimensión 1 [D1] Integración en organismos sectoriales nacional

Variables	2013	2014	Diferencia	Variación
Monto pagado en cuotas de afiliación	3.136	3.872	736	23.47%
Participación en eventos	2	3	1	50%
Número de personas que participaron	4	7	3	75%



### Séptimo principio: compromiso con la comunidad

Las cooperativas trabajan para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus socios.

El cumplimiento de este principio se analiza a partir de una dimensión e indicadores que lo conforman y que se muestran a continuación:

DIMENSIÓN 1 [D1]: Compromiso de la cooperativa con su comunidad.

1. Asuntos medioambientales
2. Asuntos culturales y deportivos
3. Mejora del nivel de vida del asociado y su familia
4. Presencia de la cooperativa en la cooperativa

**Fuente:** ACI-BSCOOP (Principios y Anexos)

### Compromiso de la Cooperativa con su Comunidad

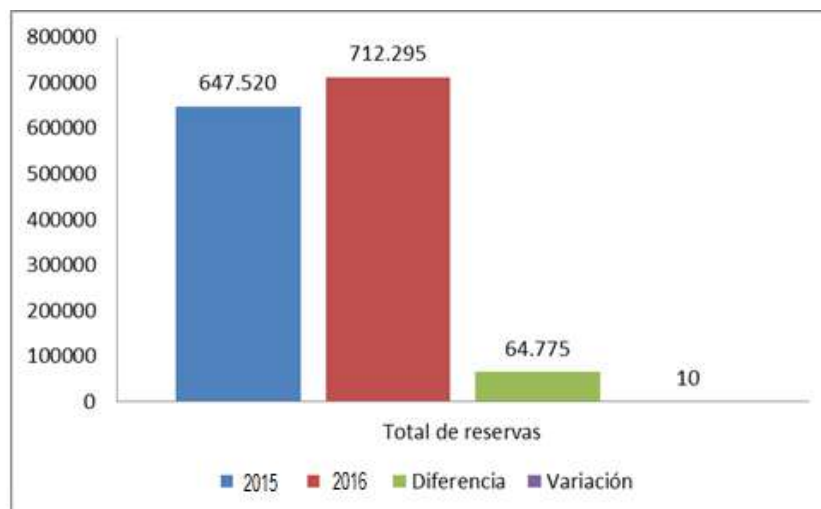
#### Variables Principio 7: Dimensión 1 [D1]

#### Total Reserva

**Tabla 7. Variable Principio 7: Dimensión 1 [D1] Total reservas**

Variables	2013	2014	Diferencia	Variación
1. Dotación y uso de reservas para cumplir con los compromisos con la comunidad				
Total de reservas	647.520	712.295	64775	10%

**Fuente:** COAC 9 de Octubre.



### Discusión

Hablar de una gestión contextual exitosa supone, cada vez más, referirse a una organización que logra su rentabilidad económica sin descuidar la sostenibilidad ambiental y la equidad social. Este tipo de gestión no puede ser alcanzado de otro modo que desarrollando habilidades para establecer relaciones duraderas y rentables con los grupos de interés de la empresa (stakeholders). Ello requiere que la organización, partiendo del código de ética que define la cultura organizacional, fije sus metas a alcanzar (económicas, medioambientales y sociales), procure su consecución y genere canales efectivos de comunicación y diálogo con accionistas, consumidores, proveedores, público interno, gobiernos y comunidades.

### Conclusión

La COAC cuenta con una mayoría de colaboradores-socios, estos se integran a la Cooperativa para cumplir con el requisito de abrir su cuenta para depositar el salario. Al descolarse sus cuentas se cierran o quedan pasivas.

Se da el ingreso libre y voluntario, pero el crecimiento anual de socio es muy limitado en relación al número total de socios, esto se nota en particular en los últimos cuatro años, frente al resto de años, que es la mayor antigüedad o permanente del número total de socios está a partir de los 5 a los 39 años de vida institucional. Eso demuestra un crecimiento lento de nueva membresía por ello la renovación de la dirección aún no es generacional del todo.

El ingreso de nuevos socios se limita por las dificultades que se evidencian en la cobertura de los productos y servicios financieros y no financieros, con un crecimiento igual moderado.

Al considerarse a los socios como el eje fundamental de la cooperativa, son valorados igualmente sin importar el valor de capital que aporten, por lo tanto, tienen igual derecho de voto en las asambleas (un miembro, un voto), ya sean como asistentes o a través de sus delegados.

### Referencias bibliográficas

- Amat, O. (1998). *Análisis de estados financieros, fundamentos y aplicaciones*. Capellades: Romanya Valls.
- Miño, G. W. (2013). *Historia del Cooperativismo en el Ecuador*. Quito: Editogran.
- Corporación de Estudios y Publicaciones. (2011). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: CEP.
- Robbins, C. (1994). *Administración. Teoría y Práctica*. México: Prentice Hall.
- Alianza Cooperativa Internacional. (1997). *Los principios para el siglo XXI*. Buenos Aires: Cooperativa

Ltda.Bs.As..

Chapman, W. L. (1988). El Desarrollo de la Contabilidad Social en América Latina. V Conferencia de Facultades y Escuelas de Contaduría de América Latina. Buenos Ares: Trelew.



# La investigación científica en la economía de las empresas, mediante la modelación de ecuaciones estructurales, indicadores reflectivos y su análisis en SmartPLS

**John Eddson Burgos Burgos**  
Universidad Técnica de Machala  
jburgos@utmachala.edu.ec

**Alfonso Andrés Rojo Ramírez**  
Universidad de Almería  
arojo@ual.es

**Catalina del Rocío Preciado Cedillo**  
Universidad Técnica de Machala  
cpreciado@utmachala.edu.ec

## Resumen

Este trabajo se presenta como modelo de ecuaciones estructurales y el análisis de datos en el programa estadístico Smart PLS. El propósito es crear conciencia en los investigadores de la economía de las empresas para potenciar los resultados investigativos en administración, marketing, producción y sobre todo en finanzas y contabilidad. El proceso metodológico de la investigación consistió en la recopilación de publicaciones donde se utilizó el modelado de ecuaciones estructurales y su análisis mediante SmartPLS. Se presenta una síntesis de trabajos relacionados al desempeño empresarial en estas áreas del conocimiento y se describe el procedimiento realizado en todas las investigaciones, desde la presentación del modelo interno, el modelo externo, utilización de indicadores reflectivos, tamaño de muestra y su fiabilidad de las cargas de los indicadores, como se procede para determinar la validez convergente y discriminante características propias del programa estadístico, se concluye haciendo recomendaciones para su uso.

**Palabras clave:** Economía de empresa, Ecuaciones estructurales, Indicadores reflectivos, SmartPLS.

## Abstrac

This paper presents as it is used structural equation modeling and analysis of data in the statistical programme Smart PLS. The purpose is not to determine the amount of publications in journals of impact of the methodology, but rather to create awareness in business economics researchers to enhance the research results in management, marketing, production and especially in finance and accounting. The methodological research process consisted of the collection of publications was used structural equation modeling and analysis by SmartPLS. It presents a synthesis of work related to the business in these areas of knowledge performance and described the procedure performed in all the investigations, since the presentation of the model internal external, using reflective indicators, sample size and reliability of indicators loads, as it proceeds to determine convergent and discriminant validity characteristics of the statistical programme concludes by making recommendations for their use.

**Keywords:** Business economics, Structural equations, Reflective indicators, SmartPLS.

## Introducción

La investigación en la economía de las empresas encuentra varias metodologías y entre ellas destaca en los últimos años los modelos de ecuaciones estructurales (SEM) por sus siglas en inglés, (Gudergan, Ringle, Wende, & Will, 2008) que son utilizadas en varios campos; inicialmente S. Wright lo utilizó en 1921 dentro de la genética para sentar las bases del análisis de trayectoria que consiste en una regresión múltiple expresada a través de un diagrama de flujo de la relación interdependiente entre las variables, (García-Valdecasas Medina, 2011). Actualmente su aplicación permite a los investigadores cuantificar y comprobar teorías científicas pertenecientes a campos como las ciencias del comportamiento, economía de la empresa, econometría, ciencias de la salud, entre otras donde los resultados son predictivos, (Evermann & Tate, 2016).

En nuestro medio los investigadores concentran sus esfuerzos en gran parte en la investigación confirmatoria, y el análisis de los resultados lo realizan mediante la herramienta estadística SPSS, dejando a un lado y el uso de los Parciales de Mínimos Cuadrado por su siglas en inglés (PLS) para determinar los problemas de investigación es algo desenfocado o no muy común. Sin embargo para investigadores de países desarrollados es todo lo contrario las investigaciones son proféticas y se respaldan en la bondades predictivas de del (PLS), (Marko Sarstedt, Hair, Ringle, Thiele, & Gudergan, 2016). En este momento, los avances metodológicos y las aplicaciones en esta dirección son comunes y se pueden encontrar cientos de publicaciones en revistas de impacto que utilizan tanto los SEM como el PLS para realizar y analizar las investigaciones, por lo que es relevante abordar este tema, (Ringle & Sarstedt, 2016).

El documento en lo que sigue queda estructurado de la siguiente manera; en el primer epígrafe se describe cierta referencia sobre los modelados de ecuaciones estructurales, que son y para que se utilizan en las investigaciones on sus respectivas bondades como la regresión múltiple, análisis multivariante y de análisis factorial. Luego se describe al software Smart-PLS donde se menciona que es uno de los más utilizados para el modelado de ecuaciones estructurales (SEM) con el método de mínimos cuadrados parciales (PLS), debido a su facilidad de uso, por ser intuitivo, por ser una herramienta aplicada para diseñar, ejecutar y resolver problemas de investigación. Seguidamente se presentan unos varios trabajos realizados en la economía de la empresa en las áreas de Administración, Marketing, Producción y Finanzas donde se utiliza la modelación de ecuaciones estructurales y su respectivo análisis mediante el programa estadístico SmartPLS.

En los resultados se describen las características investigativas ya que tienen un procedimiento común, en primer lugar existen un modelo interno y modelo externo de medida que contempla las relaciones entre cada constructo (Variables no observadas) y sus indicadores (Variables observadas) y se basa en el cálculo de los componentes principales, aunque la técnica de extraer los componentes principales es muy utilizada en las investigaciones sociales como técnica de análisis exploratorio. Se destaca que en los estudios realizados en economía de las empresas es esencial establecer la fiabilidad y Validez de las variables latentes para realizar la evaluación del modelo estructural. Finalmente se presentan las referencias bibliográficas.

## Modelos de ecuaciones estructurales




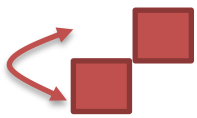

El modelo de ecuaciones estructurales (Structural Equation Modelling, SEM) es un método multivariable que permite evaluar simultáneamente una serie de relaciones de dependencia, adicionalmente combina aspectos como: “la regresión múltiple, el análisis factorial principalmente y el análisis de senderos” (Fernández 2004, 218) para estimar una serie de relaciones de dependencia, y a su vez de interdependencia. Pues las variables son dependientes en una relación y en otra relación dentro del mismo modelo planteado pueden ser independientes, (Claes Fornell and David F. Larcker, 1981).

Un concepto específico de SEM no existe, al revisar el tema nos encontramos con lo que formula Byrne (1998) “un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) es una metodología estadística que utiliza un enfoque confirmatorio del análisis multivariante aplicado a una teoría estructural relacionada con un fenómeno determinado” y para Bollen (1989) “son diferentes modos de mirar estos modelos. Son ecuaciones de regresión con supuestos menos restrictivos, que permiten errores de medida tanto en las variables criterio como en las dependientes, (Casas, 2002). Consisten en análisis factoriales que permiten efectos directos e indirectos entre los factores. Habitualmente incluyen múltiples indicadores variables latentes. Resumiendo, engloban y extienden los procedimientos de regresión, el análisis econométrico y el análisis factorial” en la investigación de economía de la empresa, (Barroso Castro, Cepeda Carrión, & Roldan Salgueiro, 2005).

Según, (Cepeda Carrión, Henseler, Ringle, & Roldán, 2016) las ventajas de los modelos de ecuaciones estructurales (SEM) son varias, entre ellas tenemos:

- Proponer el tipo y la dirección de las relaciones que se espera encontrar entre las variables que se plantean, para luego proceder a estimar los parámetros, de ahí que se denominan modelos confirmatorios.
- Modelado simultáneo entre varios constructos dependientes e independientes, que pasan a ser variables latentes exógenas y endógenas.
- Es una alternativa para la prueba de teorías, que ofrece una serie de procedimientos que permiten representar constructos teóricos mediante variables latentes, es decir, no observadas directamente sino inferidas a partir de la presencia de otras variables.
- Permite el contraste empírico de la estructura de los datos observados con la estructura teórica de la relación planteada.
- Ayuda a determinar hipótesis casuales relevantes, rechazando aquellas que no sustentadas por la evidencia empírica.

Cómo todo modelo tiene su desventaja, cuánto mayor sea el número de supuestos introducidos más restrictivo será el modelo y por lo tanto menos sencillo, por lo que es necesario aplicar un software para facilitar su cálculo.

Característica	Representación	
	Simbólica	Gráfica
<b>Variable indicadora directamente observable</b>	X ó Y	
<b>Variable latente o constructo</b>	$\xi$ ó $\eta$	
<b>Asociación mediante regresión</b>	El origen de la flecha indica la causa y la punta señala el efecto	
<b>Correlación – covariación entre dos variables</b>	Flecha bidireccional      curva	
<b>Relación recíproca entre variables</b>	Dos flechas	

En los

modelos de

ecuaciones estructurales las variables se clasifican en: variable observada llamada también de medidas o indicadores, que son aquellas que pueden ser medidas; variable latente llamada también constructos, factores o variables no observadas que son normalmente el objeto de interés en el análisis, son conceptos abstractos que pueden ser observados indirectamente a través de sus efectos en los indicadores o variables observadas como inteligencia, clase social, poder y expectativas son variables latentes abstractas creadas en la teoría; variable exógena, que afecta a otra variable y que no recibe efecto de otra variable; variable endógena, que recibe el efecto de otras variables; y variable moderadora, que representa un tipo especial de variable independiente, que es secundaria, y se selecciona con la finalidad de determinar si afecta la relación entre la variable independiente primaria y la variable dependiente, (Ringle et al., 2016).

En la construcción de los modelos de ecuaciones estructurales se utilizan diagramas causales (path diagrams) que son grafos en los que se encuentran representadas las relaciones de causalidad que se supone existen entre un conjunto de variables acordes con las ecuaciones del modelo. Para su efecto se utiliza la siguiente representación:

#### **Uso de Smart-PLS en el desarrollo de ecuaciones estructurales**

El software Smart-PLS es uno de los más utilizados para el modelado de ecuaciones estructurales (SEM) con el método de mínimos cuadrados parciales (PLS), debido a su facilidad de uso, por ser intuitivo, por ser una herramienta aplicada para diseñar, ejecutar y resolver problemas de investigación, (Marko; Sarstedt, Ringle, Smith, Reams, & Hair, 2014).

La aplicación de mínimos cuadrados parciales (PLS) es una técnica basada en la varianza de modelado de ecuaciones estructurales (SEM) que se ha tornado muy aplicable en la gestión y las ciencias sociales. El programa permite modelar tanto constructos compuestos como factores.

Este software es una herramienta útil para probar hipótesis especialmente en los modelos de trayectoria que son complejos y con carácter exploratorio no confirmatorio, (Chin, 2010; Wold, 1980).

Este software estadístico fue creado por los profesores Christian M. Ringle, Sven Wende y Jan-Michael Becker de la Universidad Técnica de Hamburgo, Alemania. Su primera versión fue introducida en el año 2005. Siendo en la actualidad el más utilizado para el modelado de ecuaciones estructurales con el método de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM).

#### **Revisión de bibliografía especializada en la publicación de artículos analizados mediante SmartPLS Administración**

En este estudio Ayu Rah Mantaro examino la aplicación de la ley, la compensación de conformidad y la eficacia del control interno, estilo de mando y justicia organizativa que influyen en el acontecimiento de tendencias fraudulentas. Esta investigación se la realizo en varias oficinas en Recuerdos Sidoarjo usando un cuestionario aplicado a 68 personas demandadas. El método para el análisis de datos utilizado fue Partial Least Square (PLS) con la ayuda del software SmartPLS. Los resultados muestran que la aplicación de la ley y la compensación de conformidad negativamente afectan la tendencia de fraude, mientras la eficacia del control interno, el estilo de mando y justicia organizativo no afectan la tendencia de fraude. Las implicaciones de este estudio para organizaciones del sector del gobierno son que las organizaciones tienen en cuenta los factores que pueden llevar a tendencias de fraude.

### **Technology infrastructure: a customer relationship management dimension in maintaining customer loyalty**

Maureen Kangu; Kenneth Lawrence Wanjau; George Kosimbei, con la participación directa de 147 gerentes de hoteles de Kenia que tuvieron una relación directa con los clientes, los autores tasaron la influencia de la infraestructura de la tecnología en la lealtad del cliente como una estrategia en la gestión de las relaciones con los clientes en la industria hotelera en Kenia. Los cuestionarios semiestructurados fueron usados para coleccionar datos primarios. Las técnicas cualitativas y cuantitativas fueron usadas para analizar los datos. Las conclusiones indicaron que la industria hotelera tenía la infraestructura de la tecnología eficaz y que las instalaciones de la tecnología eran un determinante clave de la lealtad del cliente. El estudio concluyó que la infraestructura de la tecnología en el sector de la suscripción del hotel en Kenia era determinantes clave a la lealtad del cliente. El estudio recomienda que la dirección del hotel asegure que los hoteles se mejoren con los cambios tecnológicos que ocurren en el mundo entero.

### **Conditional mediation of competitive strategy and environment in international entrepreneurial orientation of family businesses**

Felipe Hernández-Perlinesa; Esteban Mancebo-Lozano, en este artículo los autores analizan el efecto de la mediación condicional de la estrategia competitiva por el ambiente en la orientación comercial de negocios de la familia. Para estudiar los resultados utilizaron el método basado en ecuaciones estructurales de segunda generación (PLS-SEM) donde el software SmartPLS 3.2.6 se aplica para medir datos de 174 empresas familiares españolas. El estudio es una contribución relevante tanto al campo académico como al desempeño de las empresas familiares, ayudando a entender el proceso de transformar la orientación empresarial internacional en un mejor rendimiento (representación) internacional a través de la estrategia competitiva mientras los negocios de la familia invierten sus esfuerzos en la alineación de orientación empresarial internacional y estrategia competitiva con resultados internacionales, teniendo en cuenta el efecto del entorno globalizador.

### **The Role of Knowledge Sharing in Business Incubators Performance**

Con el objetivo de examinar el impacto de las prácticas de compartimiento de conocimiento entre incubadoras comerciales, Masoumeh Zibarzani Mohd; Zaidi Abd Rozan, manifiestan que las incubadoras comerciales han surgido para realizar su acceso a tales recursos vía la gestión de redes externa, y minimizar su tasa de errores y afectar sus ventajas competitivas. También investigaron las redes de comunicaciones informales de emprendimientos como antecedentes del compartimiento de conocimiento. Los datos se obtuvieron de 104 incubadoras comerciales. Los resultados indican que la fuerza de las redes de comunicaciones informales influye en la cantidad de conocimiento compartido al inicio, pero no en la densidad de las redes de comunicación. Las conclusiones de este estudio permiten que incubadoras comerciales obtengan una perspectiva diferente en el proceso y formulen mejor el proceso de la incubación. Los emprendimientos típicamente carecen del conocimiento, capacidad y estrategias para adquirir una comunicación fiable.

### **Leaders Characteristics and Self- Development in the UAE Public Sector**

En este estudio realizado por Salim Rashed Alzaabi; Saleh Al-Dhaafri, se investigó la naturaleza del efecto de las características de los líderes y el compromiso de los líderes en las actividades de autodesarrollo. El sector público fue el contexto apuntado para el estudio. Los cuestionarios se distribuyeron a 200 líderes de Abu Dabi se realizó el análisis usando el PLS-SEM como una estrategia del análisis. Los datos se obtuvieron de 139 líderes de sexo masculino y de sexo femenino en una zona educativa de Abu Dabi. Los resultados en este estudio revelaron las características de los líderes; 1) Aprenden de la adaptabilidad, 2) La autoeficacia y la propensión con el desarrollo; 3) Profetizaban como parte del compromiso de los líderes en las actividades del

autodesarrollo. La principal características es la propensión a ser profeta, le siguió la característica aprendiendo de la adaptabilidad y finalmente la autoeficacia de los líderes.

## **Marketing**

### **Antecedents and Outcomes of Marketing Analytics: Evidence from UK Firms**

Guangming Cao; Yanqing Duan; Alia El Banna nos presentan un trabajo sobre la mercadotecnia analítica, ellos manifiestan que esta desempeña un papel principal en el descubrimiento de perspectivas de datos grandes para mejorar la toma de decisiones de mercadotecnia y la ventaja competitiva. Este estudio toma una perspectiva de la contingencia y usa la teoría basada en el recurso de desarrollar una perspectiva orientada al proceso en la mercadotecnia analítica para examinar sus antecedentes, aplicaciones y resultados. El modelo de investigación se desarrolla y se prueba usando SmartPLS basado en datos obtenidos en empresas del Reino Unido. Las conclusiones contribuyen a la literatura desarrollando un entendimiento basado en la teoría del mecanismo a través del cual el uso de la mercadotecnia analítica afecta en la toma de decisiones, en las capacidades del proceso de negocio relacionadas con la mercadotecnia y en la ventaja competitiva. Finalmente recomiendan que este entendimiento pueda ayudar a las empresas a usar la mercadotecnia analítica con más eficacia.

### **Impact of service quality on customer's re-patronage intentions and word of mouth with the mediating effect of customer satisfaction**

Arslan Tayyab; Asif Mehmood, en este estudio identifica el impacto que la calidad del servicio tiene en las intenciones del cliente y el mensaje directo con el efecto mediano de la satisfacción del cliente en el contexto de los negocios minoristas en Paquistán. Debido al precio de aumento de servicios del negocio minorista en esta región se realiza esta investigación para encontrar alguna ventaja competitiva que lleve al éxito de estos negocios. El estudio apunta la identificación del grado de importancia de estos factores para los clientes. El estudio es de naturaleza cuantitativa que empíricamente prueba la relación entre las variables anotadas. Para este fin, una muestra de 204 personas es usada para comprobar el impacto entre variables. El análisis de datos se lo realiza en SPSS 20 y SmartPLS3, además se utiliza del modelado de la ecuación estructural (SEM) para medir el modelo interno y externo incluso bajo la consideración de variables latentes. Concluyen que el gerente debería mejorar la calidad del servicio a fin de generar la satisfacción del cliente que llevará a intenciones de nuevo patrocinio del cliente y los mensajes directos.

### **Customer relationship management analysis: the factors enhancing customer loyalty in Indonesian Islamic Bank**

Tika Kartika; Tazkia, Sentul; Achmad Firdaus, en este estudio determinan el papel de confianza, imagen y satisfacción del cliente en la lealtad del cliente que mejora a bancos de Islámicos. La investigación examinó los bancos de Islámicos relacionados de los nuevos indicadores de bancos convencionales. El estudio también analizó diferencias en la lealtad de dos grupos observados, depositante y financistas, cliente leal y cliente dual. Los métodos de análisis usados en las pruebas de las hipótesis son modelos de ecuaciones estructurales y parciales de mínimos cuadrados. La confianza del cliente tiene el impacto significativo y positivo a la lealtad del cliente en desarrollo. Tanto la imagen como la satisfacción del cliente considerablemente influyen en la construcción de la confianza del cliente. La imagen también tiene un efecto significativo en la satisfacción del cliente creciente. Los indicadores de imagen, mejoran la innovación así como la estrategia y sostenibilidad de los bancos islámicos.

### **Determinants of relationship quality and customer loyalty in retail banking: evidence from Nigeria**

Ernest Emeka Izogo; Abdi Reza Ike-Elechi; Ogba Chukwunonso Oraedu, en este estudio exploran los determinantes de la calidad de la relación y su impacto en la lealtad del cliente dentro del mercado de la banca minorista emergente a través de una teoría de la lente dual. Estas encuestas se realizaron a una ciudad al sureste de Nigeria. Los datos cuantitativos obtenidos a través de una encuesta realizada en pie del banco y llamadas telefónicas a 332 clientes de servicios de la banca minorista quienes formaron la base de datos final. Para la comprobación de las hipótesis se lo hizo usando el modelado de ecuaciones estructurales y el parcial de mínimos cuadrados. Muestran los resultados que la orientación del cliente, y la información que comparte son factores del estímulo que directamente influyen en los constructos confianza y satisfacción e indirectamente influyen en la lealtad del cliente a través de los constructos antes mencionados.

#### **Customer satisfaction with mobile operators' services**

En este estudio realizado por Pileliene, Lina; Grigaliunaite, Viktorija, identifica las condiciones competitivas del mercado de servicios móvil lituano, la satisfacción del cliente se hace uno de los factores más importantes para la atracción y retención del cliente. El mercado de móviles lituano está en una etapa de madurez de su ciclo vital: los precios y los servicios de operadores de telefonía móvil son completamente similares. Sin embargo, la cobertura de la red y la fuerza de la señal se diferencian, estas diferencias se pueden observar principales en zonas rurales del país. La pregunta de investigación es: ¿qué factores afectan la satisfacción del cliente con los servicios de los operadores de telefonía móvil en zonas rurales lituanas? El resultado de la investigación mediante encuestas realizadas en Lituania indican que las expectativas del cliente y la imagen de las compañías se manejan correctamente y no necesitan la mejora a fin de realzar la satisfacción del cliente y / o lealtad con los servicios de los operadores de telefonía móvil en zonas rurales lituanas. Además, las quejas del cliente también se manejan correctamente.

#### **Producción**

##### **The Art of Appeal in Electronic Commerce: Understanding the Impact of Product and Website Quality on Online Purchases**

Fei Liu; Bo Xiao; Eric T.K. Lim; Chee-Wee Tan, en este estudio se analizan las ventajas del comercio electrónico para mitigar problemas de la asimetría de información para sostener la intención de compra de los consumidores bajo la influencia de confianza, fue el enfoque que se empleó para validar el modelo de investigación. La presentación del sitio web parcialmente medía el efecto positivo de la petición del producto en la intención de compra de los consumidores. La confianza en sitios del comercio electrónico no sólo aumenta la intención de compra directamente, también refuerza la relación positiva entre presentación del sitio web e intención de compra, atenuando la relación positiva entre petición del producto e intención de compra. Este estudio hace una clara distinción entre producto y presentación del sitio web así como entre sus antecedentes respectivos. También demuestra cómo la confianza puede cambiar los efectos tanto de sitio web como de petición del producto en la intención de compra de los consumidores.

##### **The Effect of Low Morale and Motivation on Employees' Productivity & Competitiveness in Jordanian Industrial Companies**

El estudio realizado por Osama Samih Shaban, Ziad Al-Zubi, Nafez Ali, Atalla Alqotaish, examinó el efecto de moral baja y motivación en productividad de los empleados y el espíritu competitivo. La productividad baja y la pérdida del espíritu competitivo son resultados de moral baja y motivación baja y pueden llevar a veces a síntomas indeseados adicionales como ausentismo y sabotaje. Se diseñaron 276 cuestionarios para conseguir el objetivo, se distribuyó a empleados de la dirección que trabajan en entornos empresariales jordanos diferentes. Los datos de la resolución se analizaron usando el programa Smart PLS estadístico. El estudio concluyó que la moral baja y la motivación baja afectan la productividad y el espíritu competitivo, y también recomienda que la

dirección debiera trabajar en la productividad creciente aumentando la satisfacción de los empleados a través de sistemas técnicos y procesos modernos, proporcionando incentivos, educación y formación.

#### **Technological innovation capability and interaction effect in a Scandinavian industry cluster**

El estudio que realizan Oivind Strand; Michelle Wiig; Tobias torheim; Hans Solli-Sæther; Erik Nettet detallan cómo hacen los ecosistemas de la innovación para afectar las capacidades de la innovación tecnológicas (TICs), definido por Name et al. (2004). A través de una revisión de datos a 75 proveedores de equipo marítimos en un clúster industrial de Noruega. El análisis de la regresión para estimar las relaciones entre las variables se complementó con el parcial de mínimos cuadrados a fin de compensar el número bajo de encuestados. Las conclusiones están parcialmente de acuerdo con estudios que han puesto en duda el aprendizaje, la organización y las capacidades del recurso como conductores para ventajas competitivas. El efecto moderante de interacción del clúster y la capacidad industrial en el rendimiento es coherente con la investigación previa, pero nuevas investigaciones son necesarios para un entendimiento más profundo de estos efectos de interacción.

#### **Leadership and innovation: The moderator role of organization support for innovative behaviors**

Para Mozhddeh Mokhber; Wan Khairuzzaman; Amin Vakilbashi, mediante este estudio pretende avanzar el entendimiento del efecto directo y moderado del mando transformacional en la innovación organizativa. Se propone un nuevo marco en esta investigación para identificar el efecto moderante del apoyo de la organización a generación de la idea, toma de riesgos y toma de decisiones en la relación entre mando transformacional e innovación organizativa. Con una muestra de 63 compañías de las 100 primeras compañías iraníes se realizó esta investigación, con los resultados de este estudio se corroboró la relación positiva esperada entre mando transformacional e innovación organizativa. Los resultados sugieren que los líderes transformacionales únicamente no podrían promover la actividad innovadora dentro de la organización sino también asegurar el éxito de mercado de las innovaciones.

#### **Business process management and supply chain collaboration: effects on performance and competitiveness**

Este estudio Jiraporn Pradabwong; Christos Braziotis; James Tannock; Kulwant S Pawar, examinan las interrelaciones entre gestión de proceso de un negocio y la colaboración en la cadena de suministro, la ventaja de colaboración y rendimiento organizativo. Los datos se tomaron de 204 firmas industriales en Tailandia, y las interrelaciones propuestas en el marco se probaron con el modelo de la ecuación estructural. En los resultados obtenidos proporcionan la evidencia empírica que la gestión de proceso de negocio mejora tanto al rendimiento organizativo como las actividades de colaboración. La colaboración en la cadena de suministro y la ventaja de colaboración pueden tener impactos positivos indirectos al rendimiento organizativo. El enfoque de la gestión de proceso de negocio tiene un impacto positivo al rendimiento organizativo, que es esencial para las actividades de colaboración entre una firma y sus compañeros de la cadena de suministro. La gestión de proceso de negocio eficaz y las prácticas con colaboración en la cadena de suministro son una ventaja competitiva y llevan a un rendimiento óptimo a la organización.

#### **Finanzas**

#### **Effect of quality of service, quality system, quality of sipkd information based web government Malang city to satisfaction**

En el estudio realizado por Nadia Uly Azmia pretende examinar los factores que afectan la satisfacción del usuario del Sistema de la Información financiera de la administración municipal gobierno de la ciudad Malang adaptando el modelo de éxito del sistema de información desarrollado por DeLone y McLean (2003). En la



investigación se usa el enfoque cuantitativo, usando datos a través de un cuestionario. Se obtuvo información de 91 empleados del gobierno de Malang City que utilizan una aplicación web en sus actividades operacionales. El instrumento de análisis de datos usado por investigadores es la versión 2.0. M3 de SmartPLS. Detectando que los factores que afectan la satisfacción del usuario consisten en calidad del servicio, calidad del sistema y calidad de información, obteniendo como resultado que la calidad de servicio y la calidad de la información afectan la satisfacción del usuario de la red, mientras la calidad del sistema no tiene efecto en la satisfacción del usuario red.

#### **Analysis of effect of macroeconomic variable on banking performance in Indonesia**

Esta investigación pretende conocer el efecto de condiciones macroeconómicas (inflación, tasa de interés, índice compuesto, (PIB) y tipo de cambio) en el desempeño del banco (vuelta en activos (ROA) y proporción de suficiencia del capital (CAR)) para Clara Hadi Widodo en este estudio analiza información obtenida en el Sistema de Estadísticas Bancarias en Indonesia durante el período de 2009-2015. Toda la información de datos macroeconómicos es obtenida a través sitios web oficiales. El método usado es Partial Least Square (PLS) con la aplicación del programa SmartPLS 3. El estudio revela que la inflación y la condición de la macroeconomía, mientras el desempeño bancario es dominado por la contribución de la proporción de suficiencia del capital (CAR). El efecto de la condición macroeconómica en el desempeño bancario demostró que con sólo dos variables macroeconómicas han influido considerablemente en tipos de cambio en el desempeño bancario.

#### **How can financial organizations improve employee loyalty? The effects of ethical leadership, psychological contract fulfillment and organizational identification**

Lu-Ming Tseng; Jui-Yun Wu; Presentan un estudio de caso donde examinan el impacto del mando ético en la lealtad de los profesionales financieros concentrándose en los efectos medianos de realización del contrato psicológico percibida e identificación organizativa. Se aplicó un cuestionario en esta investigación. Los profesionales financieros en Taiwán fueron seleccionados mediante muestreo. Los resultados revelaron que las experiencias de los profesionales del mando ético positivamente se asociaron con su lealtad hacia sus compañías. Los resultados adelante mostraron que la realización contrato psicológico percibido y la identificación organizativa considerablemente mediaron la relación. Pocos estudios han examinado cómo el mando ético podría estimular la lealtad de los profesionales financieros. Las conclusiones de este estudio pueden proporcionar algunas implicaciones a los implicados en la práctica de mando y programas de lealtad del empleado.

#### **Potential Influence of Information Systems on Bank Risk**

Ahmed N. K. Alfarra; Hui Xiaofeng; Ahmed Hagag; Mahmoud A. Eissa, manifiestan que después del resultado catastrófico de la crisis financiera de 2008 Basilea III se mete nuevos instrumentos para aumentar la estabilidad del sector bancario. Los sectores bancarios dependen de un conjunto sofisticado de sistemas de información para la gestión del riesgo bancario. Por lo tanto, este estudio investigó el impacto de capital bancario, sistemas de información, valor carácter, sistemas de control y disciplina del mercado en cuanto al riesgo bancario. El enfoque presentado está en el entendimiento hasta qué punto hacen los sistemas de información aumentan la estabilidad de sectores bancarios usando datos del panel de Palestina durante el período a partir de 1996-2014. Además, Partial Least Square (PLS) está acostumbrado al análisis la muestra que incluye 244 cuestionarios de bancos puestos en una lista. Las conclusiones muestran que los sistemas de información son el profeta más importante del riesgo bancario, que es en parte apoyado por Basilea III.

#### **Path modeling to bankruptcy: causes and symptoms of the banking crisis**

C. Serrano-Cinca; Y. Fuertes-Callén; B. Gutiérrez-Nieto; B. Cuéllar-Fernández, nos presentan los resultados

donde se estudia la bancarrota de bancos de los EE. UU desde 2009. Primero analizan los síntomas financieros que preceden a la bancarrota, como rentabilidad baja, ingresos insuficientes o proporciones de la solvencia bajas. También entran en las causas de estos síntomas. Plantean varias hipótesis del fracaso, como el crecimiento de préstamos (algunos de ellos arriesgado), especialización (en esta concentración del caso en bienes inmuebles), y la búsqueda de una estrategia conducida por el volumen de ventas que descuida el margen. Presentan y prueban un camino que modela a la bancarrota basada en ecuaciones estructurales, para probar las hipótesis y la regresión logística. Se encontraron relaciones entre síntomas y causas. Los bancos fracasados presentan una relación significativa entre el porcentaje de préstamos de bienes inmuebles y riesgo. Esta relación es negativa en bancos excelentes, confirmando que asignaron de menos préstamos de bienes inmuebles con la calidad más alta. Los bancos no fracasados compensaron aumentos del riesgo reforzando su capital principal.

### **Metodología**

Para la realización de esta investigación se acudió a buscadores de información científica Escopus, Scielo; Web of Science, SABI y a las direcciones electrónicas de revistas con factor de impacto Journal Citation Reports (JCR) en el donde se investigue temas sobre el marco de referencia relacionados a la economía de la empresa como es la Administración, Marketing, Producción y Finanzas pero de manera relevante donde se hubieren hecho publicaciones durante el último año. A estas publicaciones se le agregó valor si habían utilizado sistemas de ecuaciones estructurales para demostrar la relaciones o correlaciones que se den entre constructos (variables no observadas) e indicadores (variables observadas) y que el análisis estadístico se lo hubiere realizado mediante el programa SmartPLS 2.0 o 3.2 en su última versión. También se utilizó los sistemas de alerta de Google Scholar y las alertas del gestor bibliográfico Mendeley con él se realizó también las referencias bibliográficas.

Una vez obtenida la información se la clasifico por fecha de publicación y por segmento, es decir en Administración, Marketing, Producción y Finanzas, otra forma de clasificar fue identificando en cada área por llar así a estas asignaturas, las variables utilizadas en los diferentes análisis, las misma que deberían concordar con el conociendo generalizado para poder realizar investigaciones similares en Latinoamérica ya que en su mayoría las publicaciones están en inglés y solo se encontró una en idioma español publicada en el 2017. Para obtener los resultados se aplicó el método analítico ya que se desmenuzo en partes cada artículo para principalmente para identificar la metodología utilizada en cada investigación en lo que tiene que ver con las variables y la medición arrojada por el programa estadísticos SmartPLS.

### **Resultados**

Todas las investigaciones tienen un procedimiento común, en primer lugar el modelo de medida contempla las relaciones entre cada constructo y sus indicadores y se basa en el cálculo de los componentes principales. Aunque la técnica de extraer los componentes principales es muy utilizada en las investigaciones sociales como técnica de análisis exploratorio. La forma de operar en SEM es diferente, en SEM se utiliza un procedimiento deductivo: Los investigadores proponen a priori los indicadores que han de formar el constructor y se van descartando aquellos que no cumplen ciertas propiedades de consistencia interna como unidimensionalidad, fiabilidad, validez convergente y validez discriminante. En unos casos los investigadores han utilizado el programa SPSS para el validar el modelo de medida y para estimar las ecuaciones estructurales el SmartPLS 2 y 3 con todas sus propiedades y características, (Joseph F; Hair, Ringle, & Sarstedt, 2013).

### **Modelo interno y muestras**

En las investigación analizadas se muestra que la distribución de los datos son significativamente diferente de lo normal, lo que de acurdo a la bibliografía sugiere el uso de modelos parciales de mínimos cuadrados de ecuaciones estructurales (PLS-SEM). Otra características es que las muestras son pequeñas y una vez realizadas

las pruebas correspondientes justificaron la aplicación del modelos Parcial de Mínimos Cuadrados para Ecuaciones Estructurales, todos los trabajos presentan un modelo interno con variables no observables y un modelo externo que presentan las variables observables o medibles las misma han permitido valorar los constructos, los modelos presentados son de carácter reflexivo, (Podsakoff, Shen, & Podsakoff, 2006).

En el procedimiento se vinculan las variables latentes con sus respectivos indicadores. En el Modelo externo vinculan los indicadores con sus correspondiente constructo, la bondad del programa SmartPLS3 no permite medir las cargas externas de modelos una vez que demos el arranque. En una escala de medición de reflexión, la dirección de causalidad va de la variable latente (Constructo) hacia los indicadores (Variables observables). Es importante tener en cuenta que, por defecto, SmartPLS3 asume los indicadores que actúan como reflexivos cuando el modelo se construye y se define si los constructos son formativos o reflexivos solo con la dirección que se le dé a las flechas.

### Comprobación de Fiabilidad y Validez de escalas

Al igual que en los estudios en ciencia sociales y economía de las empresas es esencial establecer la fiabilidad y Validez de las variables latentes para realizar la evaluación del modelo estructural. En La siguiente tabla mostramos los diferentes aspectos de fiabilidad y validez que fueron considerados en el análisis de los resultados.

**Tabla 1.** Comprobación de la Fiabilidad y Validez

Que comprobar	Lo que se debe buscar en PLS	Donde está el informe	Está Bien
<b>Fiabilidad</b>			
<b>Fiabilidad del indicador</b>	Los números de las cargas a lo desconocido	PLS Los resultados de cálculo de las cargas externas	El cuadrado de cada una de las cargas externas para encontrar el valor de fiabilidad del indicador. 0,70 o más alto se prefiere si se trata de una investigación exploratoria. 0,40 es aceptable (Hulland, 1999).
<b>La consistencia interna de la fiabilidad</b>	Numero de fiabilidad	PLS criterios de calidad	Descripción general de fiabilidad debiera ser 0,70 o superior si se trata de una investigación exploratoria. 0,60 es aceptable, (Bagozzi & Yi, 1988).
<b>Validez</b>			
<b>Validez convergente</b>	Numero AVE	PLS. Criterios de calidad. Vista general	Debe ser 0,50 o más alta, (Bagozzi y Yi, 1988)
<b>Validez Discriminante</b>	Números AVE y correlaciones variable latentes	PLS. Criterio de calidad. Descripción general (para el numero de AVE como se muestra arriba) PLS. Criterios de calidad. Correlaciones de variables latentes	(Claes Fornell and David F. Larcker, 1981)sugieren que la “Raíz cuadrada de AVE de cada variable latente debe ser mayor que las correlaciones entre las variables latentes.

En todos los estudios en los que se realice una investigación es esencial establecer la fiabilidad y validez de las variables latentes para completar el examen al modelo estructural. En la tabla número se presentan los diferentes elementos de finalidad y validez que hay que comprobar e informar al utilizar SmartPLS-SEM.

**Validez Convergente: Alpha de Cronbach’s, Fiabilidad compuesta (CR) y Varianza extraída Media (AVE)**

La Validez convergente “Es el grado en que los indicadores reflejan el constructor, es decir, si mide lo que pretende medir” Se calcula el Average Variance Extracted (AVE) que mide que la varianza del constructor y que se pueda explicar a través de los indicadores elegidos, (Claes Fornell and David F. Larcker, 1981). Los valores mínimos recomendados son 0.5, (Bagozzi & Yi, 1988), lo que quiere decir que más del 50% de la varianza del constructo se debe a sus indicadores.

La fiabilidad (Reliability) mide la consistencia de los indicadores que forman el constructor, es decir, que los indicadores están midiendo lo mismo. Se calcula el Alpha de Cronbach, (Cronbach & Furby, 1970), y la fiabilidad compuesta (Composite reliability), (Werts, Linn, & Jöreskog, 1974), que oscilan entre 0 (ausencia de homogeneidad) y 1 (máxima homogeneidad). La diferencia es que el Alpha de Cronbach presupone a priori que cada indicador de un constructo contribuye de la misma forma mientras que la fiabilidad compuesta utiliza las cargas de los ítems tal como existen en el modelo causal.

**Tabla 2**

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>rho_A</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<b>Constructo<sub>1</sub></b>	= > 0,700	0= > 0,700	= > 0,700	= >0,50
<b>Constructo<sub>2</sub></b>	= > 0,700	= > 0,700	= > 0,700	= >0,50
<b>Constructo<sub>3</sub></b>	= > 0,700	= > 0,700	= > 0,700	= >0,50
<b>Constructo<sub>4</sub></b>	= > 0,700	= > 0,700	= > 0,700	= >0,50
<b>Constructo<sub>5</sub></b>	= > 0,700	= > 0,700	= > 0,700	= >0,50
<b>Constructo<sub>6</sub></b>	= > 0,700	= > 0,700	= > 0,700	= >0,50
<b>Constructo<sub>7</sub></b>	= > 0,700	= > 0,700	= > 0,700	= >0,50

Existe otro criterio para analizar el cumplimiento de la validez convergente para esto tenemos que comprobar que las cargas factoriales de la matriz de componentes principales sean mayores a 0.5 para cada uno de los indicadores, Jöreskog y Sörbom (1993) o 0.70 para Chin (1998). En la tabla 18 comprobamos la validez convergente se evalúa en cada variable latente la Varianza Media Extraída (AVE). En todos los casos se demuestra que todos los valores de AVE son mayores que el umbral aceptable de 0,50 por lo que la validez convergente se confirma, en la siguiente tabla se presentan los valores aceptados para su análisis con el SmartPLS.

**Consistencia de la fiabilidad**

Los resultados del Alpha Cronbach's utilizado para realizar análisis de la fiabilidad interna debe dar un valor igual o superior a 0,700. Además la fiabilidad del coeficiente de correlación de Spearman,  $\rho$  (rho) debe ser igual o superior a 0,700 la fiabilidad compuesta debe ser igual o superior a 0,700 y el AVE igual o superior a 0,50. Con valores superiores a 0,700 indica que existen altos niveles de fiabilidad de consistencia interna entre las variables latentes reflectantes utilizadas en los diferentes estudios de la economía de la empresa.

**Validez Discriminante, Varianza Extraída Media<sup>2</sup> (AVE)<sup>2</sup>, HTMT <1 – Cross loading**

La validez discriminante implica que cada constructo debe ser significativamente diferente del resto de los constructos con los que no se encuentra relacionado según la teoría. Para analizar la validez discriminante se obtiene a través de SmartPLS 2 y 3 la matriz de cargas factoriales y las cargas factoriales cruzadas. Las cargas factoriales son coeficientes de correlación de Pearson entre los indicadores y su propio constructo. Las cargas

factoriales debe ser mayores que las cargas factoriales cruzadas. Es decir, los indicadores deben estar más correlacionados con su propio constructo que con los otros.

El criterio más recomendado para verificar la validez discriminante es que la raíz cuadrada del AVE del constructo sea mayor que la correlación entre ese constructo y todos los demás, (Chin, Marcolin, & Newted, 2003). (Claes Fornell and David F. Larcker, 1981) sugieren que la raíz cuadrada de AVE en cada variable latente se puede utilizar para establecer la validez discriminante, si esta valor es mayor que otros valores de correlación entre las variables latentes.

#### **Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT = >1 y 0,001)**

La relación HTMT es la media geométrica de las correlaciones heterotracto-heterometodos (es decir, las correlaciones de indicadores a través de construcciones que miden fenómenos diferentes) dividido por el promedio de las correlaciones monotredo-heterometilo (es decir, las correlaciones de indicadores dentro de la misma construcción). El promedio usando la media geométrica es necesario porque hay dos submatrices monotrauma-heterometría (conjuntos de correlaciones dentro de constructo), por ejemplo, cuando hay dos constructos (J. F. Hair, Sarstedt, Hopkins, & G. Kuppelwieser, 2014). Henseler, Ringle y Sarstedt (2015: 121) sugieren que si el valor de HTMT es inferior a 0,90, se ha establecido la validez discriminante entre un par dado de construcciones reflectantes. Gold et al. (2001) y Teo et al. (2008) también usan el punto de corte .90, aunque Clark & Watson (1995) y Kline (2011) usan el corte más estricto de .85. (J. F. J. Hair, Sarstedt, Matthews, & Ringle, 2016).

#### **Cross loading**

Las cargas cruzadas son una alternativa al AVE como método para evaluar la validez discriminante de los modelos reflexivos. Como mínimo, ninguna variable indicadora debe tener una mayor correlación con otra variable latente que con su propia variable latente. Si lo hace, el modelo se especifica de forma inapropiada. Es decir los indicadores medirán solo a su propio constructo y con los valores más altos.

#### **Evaluación del modelo**

##### **Coefficients Path**

Los coeficientes de regresión estandarizados beta llamados “path coefficients” en la jerga de SEM, los valores de la t de student y los R<sup>2</sup> (R-square). Los R-square miden la cantidad de varianza del constructo que es explicada por el modelo y deben cumplir con la condición de ser mayores de 1,96 para ser significativas. Consiste en explorar la relevancia del modelo interno, es una prueba que permite identificar las medidas de redundancia con validación cruzada. Donde se recomienda una distancia de omisión de 5 a 10 para la mayoría de las investigaciones, (Tenenhaus, Vinzi, Chatelin, & Lauro, 2005).

##### **F<sup>2</sup> P valúe Bootstrapping**

Mide el tamaño del efecto, es decir la relación introducida en el modelo. Para medir las estadísticas de las pruebas de significación tanto del modelo interno como externo utilizamos un procedimiento llamado Bootstrapping, este estima las ecuaciones estructurales, utilizamos Partial Least Squares (PLS) los parámetros se estiman con varios cientos de iteraciones, (Streukens & Leroi-Werelds, 2016).

#### **R<sup>2</sup> Nivel predictivo**

R Square mide la calidad predictiva del modelo, después de analizar los resultados se concluye que los R-square están midiendo la cantidad de varianza del constructo que es explicada en este modelo, donde la mayoría de la T estadística son mayores de 1,96, así se puede decir que las cargas del modelo son altamente significativas.

### Q<sup>2</sup> Redundancia validada

La relevancia predictiva Q<sup>2</sup> de Stone – Geisser, mide como de bien los datos omitidos en G grupos son estimados por el modelo (Chin 1988) (Es decir las medidas de redundancia con validación cruzada) es otro aspecto es evaluado en el modelo interno, estas se obtienen con el procedimiento Bindfolding en el Smart PLS3. El parámetro Q<sup>2</sup> debe ser mayor a cero (>0) para que las variable latentes tengan validez predictiva, ya que los valores por encima de cero demuestran que la predictibilidad del modelo es relevante. En la siguiente tabla se muestran los resultados donde todos los valores de Q<sup>2</sup> están por encima de cero lo que ratifica que la relevancia predictiva del modelo. Explorada la relevancia del modelo interno, nos permitió identificar las medidas de redundancia con validación cruzada. Donde se recomienda una distancia de omisión de 5 a 10 para la mayoría de las investigaciones, (Joseph F; Hair et al., 2013).

### Contraste de hipótesis

Los resultados muestran que el tamaño de la empresas cuenta con valores positivos y estadísticamente significativos para las variables cultura organizacional y empresa innovadora (H1 = 0,181 y H4 = 0.248), por lo cual son aceptadas y por consiguiente se comprueba que las empresa agrícolas bananeras que estén legamente constituidas, que o solo estén inscritas en al Registro Único de Contribuyentes (RUC) o que sean pequeñas explotaciones agrícolas están realizando actividades innovadoras, ya sea por imitación o aprovechamiento de las capacidades de sus trabajadores, además demuestran de apoco un orden en sus procedimientos y actividades administrativas los que está fortaleciendo o desarrollando la cultura organizacional.

Tabla 3

Relacion entre constructos	Valor R <sup>2</sup>	Significancia	Criterio
Constructo <sub>1</sub> Constructo <sub>2</sub>	= > 0,700	= >0,001	AceptaMuy significativa
Constructo <sub>1</sub> Constructo <sub>2</sub>		= > 0,001	Acepta Muy significativa
Constructo <sub>2</sub> Constructo <sub>3</sub>	= > 0,700	= >0,010	Acepta Significativa
Constructo <sub>3</sub> Constructo <sub>2</sub>	= > 0,700	= >0,050	Acepta Significativa
Constructo <sub>4</sub> Constructo <sub>5</sub>	= > 0,700	= >0,10	Acepta Poco significativa
Constructo <sub>5</sub> Constructo <sub>6</sub>	= > 0,700	= >0,10	Acepta Poco significativa
Constructo <sub>6</sub> Constructo <sub>7</sub>	< 0,700	=> 0,50	RechazaNo significativa

### Conclusión y discusión

Una vez realizado el análisis a los trabajos citados y describir todos los procedimientos recomendados en investigaciones donde se ha utilizado el Modelos de Ecuaciones Estructurales y el programa SmartPLS3 se concluye que este modelado genera oportunidades investigativas en la Administración de Empresas, Economía u otra ciencia social donde las empresas estén estructuradas en su organización por áreas de trabajo, por funciones, perfil y sexo de los trabajadores, en fin donde se puedan analizar los resultados alcanzados sean tangibles o intangibles.

Otra contribución de las modelaciones y resultados analizados es que pueden ser utilizado como una herramienta beneficiosa por los investigadores en las organizaciones para la evaluación de los procesos

innovadores, procesos de comercialización, procesos productivos, percepción del cliente y los resultados en el performance empresarial, puesto que los resultados encontrados implicaron un adecuado poder predictivo para las variables utilizadas. Las variables utilizadas pueden replicarse en otro estudio con empresas de todos los sectores y tamaños.

Finalmente, el presente trabajo contribuye a la literatura sobre la utilización de del modelado de ecuaciones estructurales y su medición mediante el programa estadístico SmartPLS para obtener resultados en el desempeño empresarial en el contexto de países desarrollados o en vías de desarrollo, las variables e indicadores utilizados se pueden considerar como propios y adecuados para el cada sector intervenido, estas permitieron identificar y medir la efectividad de los determinante de las dimensiones identificadas y utilizadas. Las variables a nivel macro que son utilizadas por los institutos de estadísticas de los países no se adaptan ni mucho menos aplicar en estudios de modelos SEM.

### Referencias bibliográficas

- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74–94. <http://doi.org/10.1007/BF02723327>
- Barroso Castro, C., Cepeda Carrión, G., & Roldan Salgueiro, J. L. (2005). Investigar en economía de la empresa ¿partial least squares o modelos basados en la covarianza? XIX Congreso Anual Y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM, (4), 1–10.
- Casas, M. (2002). Los modelos de ecuaciones estructurales y su aplicación en el Índice Europeo de Satisfacción del Cliente. In X Jornadas Madrid 2002-ASEPUMA (pp. 1–11). <http://doi.org/Retrieved from www.uv.es/asepuma/X/C29C.pdf>
- Cepeda Carrión, G., Henseler, J., Ringle, C. M., & Roldán, J. L. (2016). Prediction-oriented modeling in business research by means of PLS path modeling: Introduction to a JBR special section. *Journal of Business Research*, 69, 4545–4551. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.048>
- Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newted, P. R. (2003). A Partial least Squares Latent Variable Modeling Approach For Measuring Interaction Effects: Results From a Monte Carlo Simulation Study and Voice Mail Emotion/Adoption Study. *Proceedings of the Seventeenth International Conference on Information Systems*, 21–41. <http://doi.org/10.1287/isre.14.2.189.16018>
- Claes Fornell and David F. Larcker. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18, 382–388.
- Cronbach, L. J., & Furby, L. (1970). How we should measure “change” - or should we? *Psychological Bulletin*, 74(1), 68–80. <http://doi.org/10.1037/h0029382>
- Evermann, J., & Tate, M. (2016). Assessing the predictive performance of structural equation model estimators. *Journal of Business Research*, 69(10), 4565–4582. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.050>
- García-Valdecasas Medina, J. I. (2011). La simulación basada en agentes: una nueva forma de explorar los fenómenos sociales. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 136, 91–109. <http://doi.org/10.5477/cis/reis.136.91>
- Gudergan, S. P., Ringle, C. M., Wende, S., & Will, A. (2008). Confirmatory tetrad analysis in PLS path modeling. *Journal of Business Research*, 61, 1238–1249. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.012>
- Haenlein, M., & Kaplan, A. M. (2004). A Beginner's Guide to Partial Least Squares Analysis. In *Understanding Statistics* (Vol. 3, pp. 283–297). [http://doi.org/10.1207/s15328031us0304\\_4](http://doi.org/10.1207/s15328031us0304_4)
- Hair, J. F. J., Sarstedt, M., Matthews, L. M., & Ringle, C. M. (2016). Identifying and treating unobserved heterogeneity with FIMIX-PLS: part I – method. *European Business Review*, 28, 63–76. <http://doi.org/10.1108/EBR-09-2015-0094>

- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Rigorous Applications, Better Results and Higher Acceptance. *Long Range Planning*, 46, 1–12. <http://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.001>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 26, 106–121. <http://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hulland, J. (1999). Use of Partial Least Squares (PLS) in Strategic Management Research: A Review of Four Recent Studies. *Strategic Management Journal*, 20, 195–204.
- Podsakoff, N. P., Shen, W., & Podsakoff, P. M. (2006). The Role of Formative Measurement Models in Strategic Management Research: Review, Critique, and Implications for Future Research. *Research Methodology in Strategy and Management*. [http://doi.org/10.1016/S1479-8387\(06\)03008-6](http://doi.org/10.1016/S1479-8387(06)03008-6)
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., Schlittgen, R., Taylor, C. R., Ringle, C. M., Hair, J. F., ... Leroi-Werelds, S. (2016). PLS path modeling and evolutionary segmentation. *Industrial Management & Data Systems*, 116, 132–137. <http://doi.org/10.1016/j.emj.2016.06.003>
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Ringle, C. M., Thiele, K. O., & Gudergan, S. P. (2016). Estimation issues with PLS and CBSEM: Where the bias lies! *Journal of Business Research*, 69(10), 3998–4010. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.06.007>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Smith, D., Reams, R., & Hair, J. F. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*, 5, 105–115. <http://doi.org/10.1016/j.jfbs.2014.01.002>
- Streukens, S., & Leroi-Werelds, S. (2016). Bootstrapping and PLS-SEM: A step-by-step guide to get more out of your bootstrap results. *European Management Journal*, 34(6), 618–632. <http://doi.org/10.1016/j.emj.2016.06.003>
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational Statistics and Data Analysis*, 48, 159–205. <http://doi.org/10.1016/j.csda.2004.03.005>
- Werts, C. E., Linn, R. L., & Jöreskog, K. G. (1974). Intraclass reliability coefficients: Testing structural assumptions. *Educational and Psychological Measurement*, 34, 25–33. <http://doi.org/10.1177/001316447403400104>



# Plan de mejora continua, aplicando la herramienta del PHVA (planificar, hacer, verificar, actuar), para mejorar la calidad de servicio al cliente, estudio de caso empresa Cerámica S.A

**Liana Carola Sánchez Cabrera**

Universidad Técnica de Machala UTMACH-Ecuador  
lcsanchez@utmachala.edu.ec

**Edith Marlene Rogel Gutierrez**

Universidad Técnica de Machala UTMACH-Ecuador  
eroguel@utmachala.edu.ec

**Jose Kennedy Ollague Valarezo**

Universidad Técnica de Machala UTMACH-Ecuador  
jollage@utmachala.edu.ec

## Resumen

La empresa moderna ha reconocido que su existencia dentro del mundo de alta competitividad, exige el cambio frente a las nuevas tendencias relacionadas con la atención al cliente, lo cual constituyen un elemento vital para toda organización, conociendo que la atención al cliente es prioritaria y se mide por la calidad del servicio que este presta y para establecer un servicio de calidad relacionado con la atención al cliente, se propone la aplicación de un Plan de mejora continua utilizando la herramienta del PHVA (planificar, hacer, verificar, actuar), tomando como referencia a la empresa Cerámica S.A de la ciudad de Machala provincia de El Oro, Ecuador. La aplicación de la herramienta PHVA permite mantener la competitividad y mejorar la calidad del servicio al cliente estableciendo objetivos, procesos de acuerdo con los requerimientos del consumidor, identificando oportunidades de mejora, realizando seguimientos, midiendo los procesos y tomando acciones de mejora continua de la empresa.

**Palabras claves:** servicio al cliente, calidad, procesos, gestión, mejora continua.

## Abstract

The modern company has recognized that its existence in the world of high competitiveness, demands change in the face of new trends related to customer service, which is a vital element for any organization, knowing that customer service is a priority and Measures for the quality of the service it provides and to establish a quality service related to customer service, it is proposed to implement a Plan for continuous improvement using the PHVA tool (plan, do, verify, act), taking as a Reference to the company Cerámica SA of the city of Machala province of El Oro, Ecuador. The application of the PHVA tool allows maintaining the competitiveness and improving the quality of the service to the client, establishing objectives, processes according to the requirements of the consumer, identifying opportunities for improvement, performing follow-ups, measuring the processes and taking actions of continuous improvement of the company.

**Keywords:** customer service, quality, processes, management, continuous improvement.

## Introducción

El servicio al cliente es un tema que ha estado presente desde tiempos remotos dentro de las empresas porque constantemente los usuarios exigen una excelente atención, trato al adquirir un producto o servicio, confiabilidad

y precio, razón por la cual las entidades se han visto en la obligación de buscar alternativas para satisfacer las exigencias de los usuarios. Es de mucha importancia lograr la comprensión de los principios de lo que significa mejora continua de los procesos, y para ello el estudio de NORMAS NTP ISO 9000:2001 es de gran importancia para el enfoque conceptual en los diferentes procesos dependiendo del servicio a ofrecer para cada empresa (García, Quispe, Ráez, & Data, 2003)

Evaluar y mejorar son dos conceptos inseparables en los procesos de calidad (Roman, Lopez, Blaya, & Elche, 2010), el mundo globalizado en el que vivimos y en el ambiente de los negocios la calidad en todos los aspectos es crucial para determinar la ventaja competitiva de una empresa, los ejecutivos de alto nivel deben involucrarse activamente en las acciones de mejoras de calidad en sus organizaciones y a su vez entender que los clientes son parte fundamental de la línea de producción, representan la columna vertebral de la organización, es por ello que satisfacer plenamente las necesidades y requerimientos de los consumidores es la tarea que todos deben asumir para lograrlos los objetivos. Las medianas empresas actualmente se encuentran en situaciones como la liberación comercial y la revolución tecnológica que han provocado un ambiente muy competente (Roberto & Espinoza, 2009).

Los clientes son importantes en las empresas, sin embargo son pocas las organizaciones que consiguen adaptarse a las necesidades de sus compradores ya sea en cuanto a calidad, eficiencia o servicio, razón por la cual los directivos deben mejorar la calidad de atención que ofrecen, mediante la aplicación de estrategias que permitan posesionarse y competir en el mercado.

En un medio competitivo, con alta figura de informalidad, se lidian los problemas detectados en la zona de producción, ayudando a orientar los recursos empresariales hacia sus metas y favoreciendo con la mejora continua (Champi-muñiz, 2010). La calidad de excelencia solo puede ser lograda con trabajo en equipo y cuando todo el personal desde los altos ejecutivos hasta los operarios se empoderen de la empresa y para dar cumplimiento con los objetivos organizacionales es necesario introducir el ciclo PHVA (planear, hacer, verificar, actuar) dentro de un marco de referencias, este proceso es una combinación de actividades de mantenimiento y mejora continua. “Este ciclo es también conocido como Círculo de Deming, y es una estrategia de mejora continua de la calidad desfragmentada en cuatro pasos: Planear, Hacer, verificar y Actuar”. (Gómez & Gonzales, 2014)

Sin los consumidores no habría razón de ser de los negocios, por tanto un verdadero servicio al cliente es el que se logra armonizando las necesidades y expectativas del comprador, con una organización dispuesta a satisfacerlas, de tal forma para mantener una organización en el mercado es necesario entre otras cosas mejorar continuamente el lugar de trabajo, enfocándolo hacia la calidad de bienes y servicios, haciendo que esta actitud sea un factor que prevalezca en todas las actuaciones, según define en la Norma ISO 9000 versión 2000 el sistema de gestión de calidad “Un servicio es también el resultado de un proceso”

La atención al cliente es una herramienta estratégica de marketing, orientada a minimizar los errores y pérdida de clientes posibles, lo cual se convierte en un sistema de mejora continua en la empresa orientada a mejorar la calidad de servicio, incluso en el área educativa donde se presente una igualdad efectiva de oportunidades (Ziemer, 2012).

La medida de la garantía de las acciones de mejoras en las empresas se basa en una apropiada selección de guías que comuniquen qué tan adyacentes estamos al objetivo definido. Las compañías describen una variedad de

prácticas para asemejar acciones de mejora. Unos de los instrumentos más utilizados es la auditoría interna (Fajardo & Flores, 2009).

Los propósitos que poseen las auditorías han variado con el transcurso del tiempo. En sus principios, el objetivo de una auditoría era el reconocimiento del no cumplimiento con las obligaciones establecidas, llamadas también como no conformidades, debilidades o puntos débiles. Subsiguientemente se agregó el reconocimiento de operaciones para la mejora (Scheiber, 1999).

Tiempo atrás, el riesgo de las auditorías orientadas en el desempeño era la sub optimización del ejercicio del procedimiento como un todo, “se miraba el árbol pero no el bosque”. Hoy, la orientación es hacia procesos, lo que nos lleva más allá de las paredes organizacionales (Russell, 2005)

### Metodología

La metodología apropiada para la gestión de la calidad posee una cámara de conocimientos que se debe aprender. La agrupación de a) precios elevados de la mala calidad; b) necesidad de invertir en la mejora para optimizar la producción de la empresa, y c) conceder al sistema de la capacidad organizacional para la mejor evidencia científica, que contribuya a formar los recursos humanos con los conocimientos y las habilidades necesarios para afrontar los desafíos de los diferentes niveles de responsabilidad (Saturno-Hernández, Hernández-ávila, Magaña-valladares, Garcia-saisó, & Vértiz-ramírez, 2015).

La presente investigación se realizó basada en el enfoque cuantitativo y descriptivo utilizando las técnicas de recopilación de información y observación directa con lo cual se evaluó la situación actual del centro de atención al cliente de la empresa, basada en el estudio de caso de la empresa Cerámicas S.A dedicada a la producción y comercialización de cerámicas artísticas y decorativas dentro y fuera de la provincia de El oro cantón Machala.

### Análisis de los resultados

¿Cómo considera la calidad de desempeño del servicio del personal que brinda Cerámicas S.A?

Tabla 15.Desempeño del personal de Cerámicas S.A

Descripción	Puntuación	Porcentaje
Excelente	9	16%
Muy Bueno	10	20%
Bueno	10	20%
Regular	10	20%
Malo	12	24%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta elaborada por autores

Análisis: El 24% de los encuestados consideran que el desempeño realizado en la empresa Cerámicas S.A es malo, el 20% nos demuestra que es regular y bueno el 20% muy bueno y afirmativamente manifestó que el 16% es excelente, teniendo un su totalidad el 100% demostrando que la atención al cliente es mala.

¿De acuerdo a la atención que usted recibe de los despachadores de Cerámicas S. A, indique en que aspectos tiene debilidades?

**Tabla 2.** Aspectos de debilidad de Ceramica S.A

Descripción	Puntuación	Porcentaje
Falta de educación	12	24%
Poca preparación	10	20%
Lentitud	15	29%
No le prestan atención	14	27%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta elaborada por autores

Análisis: El 29% nos demuestra que es lenta la atención hacia los consumidos en el área de ventas, el 27% nos expresa que los vendedores no prestan atención al cliente, el 24% no tienen educación y un vocabulario adecuado para expresarse ante las personas y el 20% manifiestan que los empleados no están capacitados en el área de atención al cliente.

¿Qué aspecto intervino en usted para preferir a Cerámicas S.A. en la ciudad?

**Tabla 3.** Aspectos a considerar para elegir Cerámicas S.A

Descripción	Puntuación	Porcentaje
Confianza	11	17%
Seguridad	7	19%
Ubicación	8	14%
Horario de atención	9	18%
Calidad en el servicio	4	8%
Calidad producto	12	24%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta elaborada por autores

Análisis: la tendencia de la preferencia El 24% de los encuestadores es hacia Cerámicas S.A., consecuencia de la calidad del producto, el 19% por la seguridad que hay dentro de la empresa, el 18% por el horario de atención que es extenso, el 17% por la confianza que hay en la calidad de productos, el 14% por la ubicación que está cerca a muchos hogares y fácil de llegar y el 8% por la calidad de servicio que brinda.

¿Está satisfecho con la atención recibida en Cerámicas S.A.?

**Tabla 16.** Satisfacción del cliente por la atención de Cerámicas S.A

Descripción	Puntuación	Porcentaje
Si	18	53%
No	33	47%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta elaborada por autores

Análisis: El 65% de los encuestados nos manifiestan que no están satisfechos con la atención brindada por la empresa mientras que el 35% afirman que si están satisfechos con la atención que reciben, pero continúan con la preferencia por el excelente producto que ofertan.

### **Resultados**

Realizada la respectiva investigación se propone las siguientes estrategias que ayudaran a mejorar la atención del servicio al cliente por parte de la empresa, creando un valor agregado que permitirá aumentar el rendimiento económico de la misma:

- Planes de capacitación y entrenamiento.
- Motivación al Personal.
- Participación organizada del personal.
- Información oportuna, rápida y veraz.

### **Políticas de calidad**

La elección del área problema es con el objetivo de hacer notar la importancia de los factores claves del éxito (Compromiso e involucramiento de la Alta Gerencia, Cultura corporativa de apoyo, Capacitación y Comunicación con los Clientes), para lograr la meta establecida por la empresa.

### **Aplicación de la Herramienta PHVA**

La empresa Cerámica, ha estado atravesando por serios problemas internos generados por una mala gestión de roles, rotación de puestos perjudicando la atención al cliente. Se propuso a la gerencia poder realizar una encuesta para determinar que hace que las ventas hayan bajado un 30% en los últimos meses. Cuando se entrega el informe de resultado a la gerencia para analizar los valores que se obtuvo de esta, se resume lo siguiente.

La empresa Cerámica ha obtenido una disminución considerable en ventas, donde se ha visto perjudicada la atención al cliente, su satisfacción y calidad de servicio. El análisis marcó 5 aspectos principales en la empresa.

1. Falla en Archivo. El departamento de archivos pese a su limitado personal, tiene una larga lista de permisos y faltas de parte de los trabajadores. Además se notó que el personal no había recibido capacitaciones periódicas para mejorar el desempeño. Un mal desempeño en este departamento provoca que los vendedores no encuentren documentos relacionados a los productos, tales como precio, stock, proveedores, descuentos, provocando que la información no sea oportuna ni confiable.
2. Falla en mercadería y equipos. El análisis demostró que las solicitudes de los clientes estaban siendo rechazadas debido a un mal control del stock, herramientas desactualizadas y un manejo inadecuado de equipos para la preparación del producto final. Por ejemplo si un cliente solicitaba comprar tubo de agua, los cuales llegan de 6m únicamente, pero el cliente deseaba que fuese cortado en 3 partes para poder llevarlo en su camioneta, por lo que la empresa no poseía las herramientas para efectuar la solicitud del cliente, y por lo tanto pierde la venta.
3. Falla del personal de ventas. El bajo número de trabajadores en el área de ventas, producía las largas esperas por parte de los clientes para ser atendidos, además los mismos vendedores tenían que ocupar otros roles para ayudar a satisfacer la demanda, y en algunos casos no tenían conocimiento en el área por que no fueron capacitados por parte de la empresa sobre toda la mercadería del negocio.
4. Conflicto del personal. Los trabajadores de la empresa tienen problemas con los horarios, debido a que no se lleva un control seguro y estricto en los horarios de entrada, salida y recesos. Este tipo de inconveniente produce un aspecto negativo en el clima laboral debido a que no hay diferencia entre trabajadores puntuales e impuntuales, viéndose afectada también la atención al cliente.

5. Interrupción de servicios básicos. La empresa tiene problemas en su estructura eléctrica, produciendo apagones repentinos que afectan el ritmo de ventas y el ambiente laboral. La gerencia propone cada vez soluciones temporales, pero no se han planteado una propuesta que resuelva el problema definitivamente.

### **Método de control de procesos PHVA**

El control de procesos PHVA consiste en 4 partes, las cuales son implementadas de acuerdo al problema de la empresa Cerámica.

**Planificar.** En la planificación se deben establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir los resultados, por lo que hemos obtenido lo siguiente.

- Determinar las necesidades personales y laborales
- Definir perfil del trabajo.

Los trabajadores deben tener un rol establecido de acuerdo a su perfil profesional para evitar un mal desempeño dentro de la empresa.

- Plantear cursos de capacitación.

Las capacitaciones profesionales mejorara el desempeño dentro de la empresa, aumentando niveles de venta y reduciendo el tiempo de consulta de la mercadería.

- Plantear nuevos y estrictos horarios.
- Planear cambios en jerarquía.

La oportunidad de crecimiento dentro de la empresa, mejora el ambiente laboral, el desempeño del trabajador, y la atención al cliente.

**Hacer.** En este punto se implementan los procesos previstos en el paso anterior, por lo que hemos obtenido lo siguiente.

- Solicitar apertura de concursos.  
Los concursos de mérito y oposición son una técnica muy eficaz para categorizar, re categorizar o contratar a los empleados
- Realizar cursos de capacitación según el rol dentro de la empresa.

Las capacitaciones son implementadas y realizadas de acuerdo al perfil profesional del empleado.

- Elaborar nuevos horarios.
- Solicitar cambios internos de personal a instancias superiores.

La re categorización mejora la motivación del trabajador, pero esta debe ser de acuerdo a requisitos y metas que se propongan para el puesto a asignarse.

**Verificar.** En este paso se realiza el seguimiento y medición de los procesos, por lo que obtenemos lo siguiente.

- **Analizar el perfil de los aspirantes.**

Los perfiles de los aspirantes deben ser analizados para comprobar la autenticidad de sus afirmaciones, para evitar tener inconvenientes al momento de efectuar el cargo.

- **Supervisar los cursos de capacitación.**
- **Verificar horarios.**

Las herramientas tecnológicas son una opción cada vez más utilizada para el control y registro de entrada y salida de la empresa.

Actuar. En este paso se toman las respectivas acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos, por lo que hemos obtenido lo siguiente.

- Implementar cursos de capacitación.
- Controlar el cumplimiento adecuado de los nuevos horarios.
- Implementar cursos de inducción a nuevos registros.
- Realizar acciones de mejoramiento

A continuación se presenta el plan de mejoras de la empresa Cerámica, donde la primera fila indica “¿Qué?” mejora se realizara, “¿Quién?” la aplicara, “¿Cuándo?” se llevara a cabo, “¿Cómo?” se efectuara, y “¿Por qué?” se necesita.

**Figura 15.** Plan de Mejora de la empresa Cerámicas S.A

¿Qué?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Por qué?
Verificación del personal administrativo	Administrativo 1	2 de Abril del 2017	Observación y verificación de actividades	Para determinar las necesidades del personal
Accesibilidad	Administrativo 1,2	2 – 3 de Abril del 2017	Observación y verificación de espacios y archivos	Precisar lugares de trabajo y almacenamiento de historias medicas.
Horario	Administrativo 1,2	10 de Abril del 2017	Firma y ficha de entrada y salida.	Determinar
Capacitación	Administrativo 1,2	25 – 28 de Abril del 2017	Cursos, talleres	Actualizar en nuevas estrategias de archivo y manejo de historias medicas
Relaciones interpersonales	Administrativos 1,2,3,4,5	30 de Abril del 2017	Taller, convivencia	Aumentar comunicación y trato del personal
Perfiles	Todo el personal	2 – 3 Abril del 2017	Fichas personales, encuestas.	Necesidad de conocer las diferentes actividades, estudios y capacidades

**Fuente:** Elaborada por autores

## Plan anual de formación de desarrollo

**Tabla 17.** Plan anual de formación de desarrollo

Acción preventiva	Competencias A generar	Resultados esperados	Duración horas	Presupuesto	Responsable
Atención al cliente	Comunicaciones eficaces con el cliente.  Mejorar la calidad de servicio percibida por los clientes.  Controlar las situaciones conflictivas con el cliente y reducir su probabilidad de ocurrencia.  Personalizar la atención al cliente	Mejorar el trato personalizado al cliente interno y externo.  Mejorar la imagen corporativa a través de la atención al cliente.	xxx	xxxxxxxxx	Talento Humano

Fuente: Elaborado por autores

### Conclusiones

En la empresa Cerámicas S.A, existe falta de amabilidad por parte de los empleados en la atención al cliente y existe falencia de un plan de capacitación permanente para los trabajadores, en las diferentes áreas departamentales.

El personal tiene una falta de preparación académica y relaciones humanas por lo que se recomienda que se logre una integración en el área de servicio al cliente de la empresa Cerámicas S.A en sus objetivos y funcione como un verdadero sistema integrado, enfocado hacia resultados. Para administrar la organización adecuadamente, todos los procesos deben estar correctamente definidos de acuerdo a los objetivos comunes del recurso humano, en el mejoramiento se debe tener siempre en mente la satisfacción del cliente. (MsC. Mercedes de la C. Moreira Delgado, 2007)

El análisis y la evaluación periódica a través de indicadores operativos en un cuadro detallado, ayudan a conocer el nivel de cumplimiento de lo establecido y lograr una gestión más eficiente. (Lomba, Bardinnet, & Olmedo, 2015). Iniciar un plan de capacitación permanente que se adapte a las necesidades y cambios del mercado es una buena estrategia para la mejora continua, además de difundir continuamente las promociones de la empresa interna y externamente.

### Referencias bibliográficas

Champi-muñiz, A. (2010). “ Análisis y diseño del plan de mejora continua aplicando PHVA en la empresa de colchones De Tomas .”



- Fajardo, S., & Flores, L. (2009). Las 5 W + H y el ciclo de mejora en la gestión de procesos. *Managing Your Organization by Evidence*.
- García, P., Quispe, A., Ráez, G., & Data, I. (2003). Mejora continua de la calidad de procesos.
- Gómez, A., & Gonzales, B. (2014). “elaboración e implementación de un plan de mejora continua en el área de producción de agroindustrias kaizen ”.
- Lomba, I., Bardinnet, T., & Olmedo, C. (2015). La gestión de un Instituto de Investigación Sanitaria : hacia la investigación de excelencia a través de la mejora continua a, 29(6), 458–460. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2015.06.003>
- MsC. Mercedes de la C. Moreira Delgado. (2007). Gestión por procesos y su aplicación en la organización de información de Empresa de Telecomunicaciones de Cuba, S.A.
- Roberto, P., & Espinoza, G. (2009). “ Aplicación de un Proceso de Mejora Continua en un Taller Mecánico Utilizando la Técnica de Mantenimiento Productivo Total ( TPM ).”
- Roman, I., Lopez, C., Blaya, I., & Elche, U. M. H. (2010). IMPLANTACIÓN DE UN PROCESO DE MEJORA CONTINUA ( PDCA ) EN LA EN LA UMH Autoras Centro Datos de contacto Área científica: Resumen Palabras clave Key words, 1–15.
- RUSSELL, J. P. (2005). *The ASQ auditing handbook: principles, implementation, and use*. 3a. ed. Milwaukee: ASQ Quality Press. <https://doi.org/978-0-87389-666-5>
- Saturno-hernández, P. J., Hernández-ávila, M., Magaña-valladares, L., Garcia-saisó, S., & Vértiz-ramírez, J. D. J. (2015). Estrategia integral de formación para la mejora continua de la calidad de los servicios de salud, 57(3).
- SCHEIBER, K. (1999). *ISO 9000 La gran revisión: guía para la implantación de requisitos de la norma*. 2a. ed. ÖVQ.
- Ziemer, M. F. (2012). La autoevaluación y el diseño de planes de mejora en centros educativos c, 15, 145–155.

# Análisis de comportamiento de compra y los factores de motivación de madres que trabajan fuera del hogar

**Magaly de Jesús Romo Alvarez**

Universidad de Guayaquil

magaly.romoa@ug.edu.ec

**May Hauer-Simmonds López**

Universidad de Guayaquil

may.hauersimmondsl@ug.edu.ec

**Mercedes Marcela Pincay Pilay**

Universidad Estatal del Sur de Manabí

marcela.pincay@unesum.edu.ec

## Resumen

El presente trabajo analiza el comportamiento de compra de las madres insertas en el mercado laboral, residente en la ciudad de Guayaquil del nivel socioeconómico medio en edad comprendida de 25 a 50 años. Con el transcurso del tiempo la población femenina en Guayaquil de la zona urbana ha ido sumándose al mercado laboral, logrando con esto tener mayor poder de decisión sobre la economía familiar y hábitos de compra para el hogar. Para el desarrollo de este análisis se enmarcó esta investigación en el modelo de comportamiento del consumidor y motivaciones de compra de Kotler, existiendo una fuerza impulsora que es producto de las necesidades adquiridas. Para cumplir los objetivos del estudio se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa; en el estudio cualitativo se aplicó la técnica de entrevistas a profundidad a 10 mujeres trabajadoras y en la investigación cuantitativa participaron 190 mujeres que laboran en instituciones públicas, privadas o de manera independiente fuera del hogar. Para la recopilación de los datos se aplicó un cuestionario en hogares a través de estratificación por zonas. Entre los principales resultados, el 97% de las madres que trabajan se fijan en los precios antes de elegir el producto y el 91% participan en promociones de productos que compran para el hogar. De este grupo objetivo el 86% declaró que la publicidad en medios tradicionales influye en su decisión de compra.

**Palabras claves:** comportamiento del consumidor, madres trabajadoras, hábitos de compra, consumo, motivación.

## Abstract

The present study analyzes the purchasing behavior of mothers inserted in the labor market, residents in the city of Guayaquil, of average socioeconomic level, in age comprised between 25 and 50 years. With the passage of time the female population in the urban area of Guayaquil has been joining the labor market, achieving with this to have greater power of decision in the family economy and the home's purchasing behavior. For the development of this analysis, this research was framed in the Kotler model of consumer behavior and purchasing motivations, there being a driving force that is a product of the acquired needs. To achieve the objectives of the study, qualitative and quantitative research was carried out; in the qualitative study, the technique of in-depth interviews was applied to 10 female workers and in the quantitative investigation 190 women who worked in public, private or independent institutions outside the home participated. For data collection, a questionnaire was applied in households through zonal stratification. Among the main results, 97% of working mothers scrutinize prices before choosing a product and 91% participate in sales of products that

they buy for the home. Of this target group, 86% stated that advertising in traditional media influences their purchasing decisions.

**Keywords:** consumer behavior, working mothers, purchasing habits, consumption, motivation

## Introducción

Los grandes cambios sociales y culturales que se han presentado durante las últimas décadas han repercutido intensamente en el comportamiento de compra y consumo de todos los individuos. Particularmente se han presentado estos cambios en las familias respecto a la manera en que gestionan sus actividades y motivaciones de compra de productos básicos para el hogar, debido a la manera en que las madres gestionan su tiempo, como consecuencia de la integración de estas al mercado laboral.

Son muchas las mujeres, se han incorporado al mercado laboral en los últimos años, como consecuencia de las políticas de inclusión laboral que las han favorecido. En una publicación de Diario El Telégrafo (2013), indica que acuerdo al Censo Económico del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la participación femenina en el mercado laboral es de un 43,8%, que significa que aproximadamente 1,97 millones de mujeres están empleadas. Las mujeres más trabajan, la mayoría, en atención al cliente, marketing, ventas y relaciones públicas, se destaca también que el porcentaje de presencia de la mujer en el mundo laboral es mayor al promedio del área andina, lo que se atribuye a las políticas públicas de inclusión de género impulsadas por el Gobierno.

Sin embargo, esta realidad de mujeres y sobretodo madres trabajadoras, muchas veces pasa por alto en investigaciones de mercado, convirtiéndose en un segmento de compradoras que no se consideran al momento de que las empresas fabricantes o comercializadoras de productos de consumo masivo desarrollan sus campañas publicitarias, dirigiendo estas al estereotipo de madres exclusivamente ama de casa. Este precedente plantea un interrogante ¿Cuáles son los hábitos de compra de las madres trabajadoras y cuáles son sus principales motivaciones al momento de decidir que productos comprar para su hogar?

## Comportamiento del Consumidor

El comportamiento del consumidor como campo de estudio nace como una nueva disciplina del marketing entre mediados y finales de la década de 1960 de acuerdo a Shiffman (2010). En un principio, varios estudiosos del marketing reunieron disciplinas relacionadas con la psicología, la antropología, la economía y sociología para conectarlas con el consumo y así sentar las bases de lo que de acuerdo a Henao y Córdoba (2007), el marketing moderno exhorta a las organizaciones a prestar atención a los comportamientos de los consumidores, para la toma de decisiones de mercadeo de sus productos y servicios.

Para poder comprender es necesario el estudio de estas teorías de comportamiento del consumidor y así poder explicar el consumo y las diferencias de comportamiento que muestran los consumidores durante el proceso de compra, como lo indica Zubieta (2010). De acuerdo a Manzuoli (2006): “en la mayoría de los modelos conocidos, el proceso de decisión de compra del consumidor, en general, está formado por una serie de fases o etapas secuenciales cuya importancia, intensidad, y duración dependen del tipo de compra que se efectúe”.

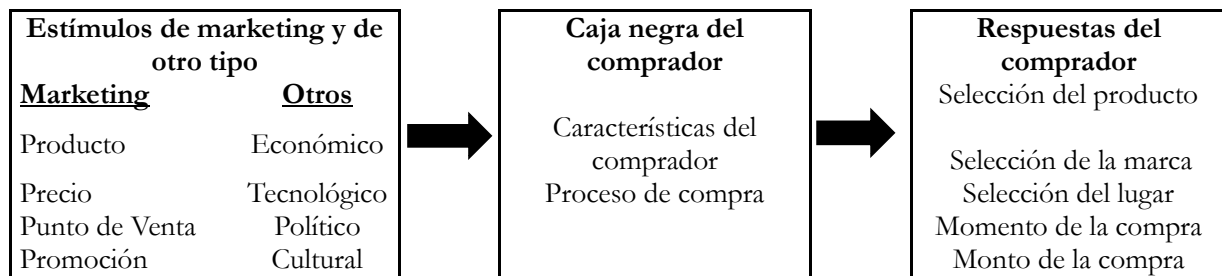
## Modelo de Comportamiento del Comprador de Philip Kotler

Finalmente, Philip Kotler en su denominado Modelo de Comportamiento de Compra del Consumidor Final (2008) logra sintetizar, dar orden y esquematizar los factores esenciales que permiten comprender y predecir de cierta manera el comportamiento de compra de un individuo. Estos factores están agrupados de tal manera que construyen tres dimensiones de análisis distintas que decantan una de la otra a manera de entrada, proceso y

salida convirtiendo al modelo en una herramienta práctica y clara para aplicarse a un determinado segmento de consumidores.

Para el desarrollo de este estudio se consideró el marco conceptual planteado por Kotler y Armstrong (2008), en donde se examina el modelo de comportamiento del comprador (véase figura 1), y el proceso dinámico que, de acuerdo al autor, causa que los consumidores acepten los productos o servicios. En esta figura, se muestran tres dimensiones, en la primera se encuentran los principales estímulos que recibe el comprador divididos en dos grupos: las estrategias de marketing relacionadas con producto, precio, punto de venta y promoción y otras influencias del entorno de carácter económico, tecnológico, político y cultural.

**Figura 1.** Modelo del Comportamiento del Comprador



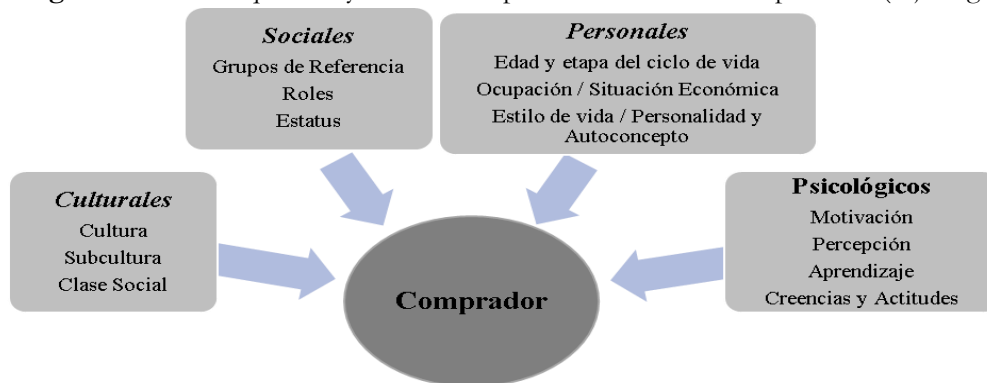
Fuente: Kotler, Armstrong (2008)

Elaboración: Magaly Romo

De acuerdo a Izurieta (2015): “las estrategias de marketing son factores influyentes que, encapsuladas y difundidas a través de campañas en medios tradicionales o digitales o en el punto de venta influyen en un determinado segmento de consumidores para alcanzar conocimiento, consideración, prueba y re compra de un producto o servicio”.

Estos estímulos se transformarán en respuestas dentro de lo que Kotler & Armstrong (2008) denomina la “caja negra” del comprador, lo resumen también Revolloso (2013) y Ruiz (2013) en sus escritos, dependiendo de la forma en que las características intrínsecas del individuo perciban a estos estímulos y su reacción ante ellos. A continuación, se detallan los factores que se incluyen en la caja negra del comprador:

**Figura 2.** Factores que influyen en el comportamiento de los compradores (caja negra)



Fuente: Kotler, Armstrong (2008)

Elaboración: Magaly Romo

Factores que influyen en el comportamiento de los compradores

Realmente podrían existir una infinidad de estímulos del entorno del comprador que influyan en mayor o menor medida en la búsqueda, selección y compra de un bien y servicio, Kotler & Armstrong (2008) describe aquellos que a su juicio son los estímulos de mayor impacto, a continuación, se explican varios de estos.

### **Factores Sociales**

Todas las sociedades poseen una cultura y la influencia que esta ejerza sobre el comportamiento de compra puede variar considerablemente de un país a otro, inclusive de una ciudad a otra, de acuerdo a Portugal (2007): “los pueblos del mundo, desde su fundación, van desarrollando su cultura, la cual, se plasma en sus formas de vida, organización social, filosofía y espiritualidad; normatividad ética y jurídica; arte, ciencia y tecnología; economía y comercio, educación; memoria histórica, lengua y literatura entre otros”. Herrero (2002), indica que: “cada individuo tiene su mapa mental, su guía de comportamiento, lo que llamamos su cultura personal. Si el estrategia de marketing no se ajusta a estas diferencias podría emprender una estrategia desenfocada y mal lograr recursos”. De acuerdo a Izurieta (2015), es importante subrayar a la subcultura como un estímulo relevante, tal como lo indica Kotler & Armstrong (2008): “cada cultura contiene pequeñas subculturas o grupos de personas que comparten sistemas de valores basados en experiencias y situaciones comunes. Estas subculturas generalmente se traducen como segmentos de mercado por su homogeneidad de comportamiento”. Y tal como lo describe Salomon (2008): “es un grupo de consumidores que se perpetúa a sí mismo y que se mantiene unido a través de vínculos culturales o genéticos comunes y que tanto sus miembros como otras personas lo reconocen como una categoría distinguible”.

Los grupos, definidos por Kotler & Armstrong (2008): “como dos o más personas que interactúan para alcanzar metas individuales o colectivas, tienen influencia directa y pueden ser de dos tipos, a los que alguien pertenece se denominan grupos de pertenencia mientras que los grupos de referencia sirven como puntos de comparación”. También definidos por Foxwall, Goldsmith & Brown (2002): “como el conjunto de individuos que sirve como referencia para una persona en la formación de sus valores generales o específicos”.

Los miembros de la familia pueden tener una gran influencia en el comportamiento del comprador. Kotler & Armstrong (2008) describen a la familia como: “la organización de compra de consumo más importante de la sociedad”, y de acuerdo a Eshleman & Bulcroft (2009): “la familia es el grupo de referencia básico de todo individuo”. Blackwell, Miniard & Engel (2005), definen a la familia como “dos o más personas relacionadas por vínculos de sangre, matrimonio o adopción que viven juntos”.

Como lo indica Kotler & Armstrong (2008): “la gente a menudo elige productos que ponen de manifiesto el estatus que quiere proyectar en la sociedad”, y como resume Trujillo (2004): “el estatus de una persona depende de cómo los otros lo perciben y lo evalúan”. Kotler & Armstrong (2008) afirman además que: “una persona puede pertenecer a muchos grupos: familia, clubes, organizaciones, la posición de la persona en cada grupo se puede definir en términos tanto del rol que desempeña como su estatus. Un rol consiste en actividades que se espera realice la gente, según quienes la rodean, cada rol conlleva un estatus que refleja la estima general conferida por la sociedad”.

### **Factores Personales**

Kotler & Armstrong (2008) afirman que: “los bienes y servicios que las personas compran o cambian a lo largo de su vida, sus gustos en cuanto a comida, ropa, muebles y entretenimiento están relacionados con la edad que tienen. La etapa del ciclo de vida familiar también es un factor clave para el comportamiento de compra, los hábitos de compra cambian con la influencia de una pareja estable y más aún cuando se cumple el rol de madres

o padres. A menudo los mercados meta son definidos en función de una etapa de ciclo de vida y se desarrollan productos y planes de marketing apropiados para cada etapa”. Y como lo resumen Ponce, Besanilla & Rodríguez (2012): “así como cambian los gustos dependiendo de la edad también se expresa en sus actitudes, intereses y opiniones”.

La ocupación de una persona, como lo indica Sahui Maldonado (2008): “también tiene influencia en el tipo de bienes y servicios que se adquieren. Por ejemplo, un obrero compra ropas y zapatos para su tipo de trabajo; mientras que el presidente de una compañía compra ropas caras y viajes en avión. Por consiguiente, la mercadotecnia busca identificar los grupos ocupacionales que presentan un considerable interés hacia sus productos y servicios, produciendo artículos que necesita un grupo ocupacional particular”. Izurieta (2015) afirma que: “también la capacidad adquisitiva de una persona influye en su comportamiento de compra, la cantidad y tipo de bienes que adquiera dependerá muchas veces de los recursos monetarios con los que cuenta, especialmente cuando se trata de bienes elásticos”, y esta capacidad adquisitiva ha variado en los últimos años como lo indica Alonso & Grande (2013), en consecuencia de la incorporación de la mujer al mercado laboral y el impacto de este hecho en la estructura familiar.

El estilo de vida es el patrón de vida de una persona, expresado en su psicografía tal como lo afirman Kotler & Armstrong (2008): “mide las principales dimensiones AIO (actividades, intereses y opiniones) de las personas”, otra definición importante es la Nawas (1971) quien establece que: “el estilo de vida abarca y penetra las esferas cognitivas, afectivas, interpersonales y motoras de cada individuo”.

### **Factores Psicológicos**

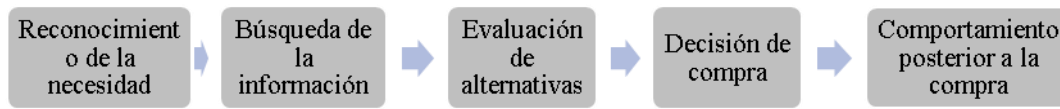
Kotler & Armstrong (2008), establecen que en las decisiones de compra de una persona también influyen cuatro factores psicológicos importantes: motivación, percepción, aprendizaje, y creencias y actitudes. De acuerdo a Naranjo (2009): “la motivación es un aspecto de enorme relevancia en las diversas áreas de la vida, entre ellas la educativa, la laboral y en el consumo, por cuanto orienta las acciones y se conforma así en un elemento central que conduce lo que la persona realiza y hacia qué objetivos se dirige”. Vargas (1994) sostiene que: “en el proceso de la percepción se ponen en juego referentes ideológicos y culturales que reproducen y explican la realidad y que son aplicados a las distintas experiencias cotidianas para ordenarlas y transformarlas”.

Kotler & Armstrong (2008) indican que: “el aprendizaje describe los cambios observados en el comportamiento de un individuo como resultado de la experiencia, este ocurre por la interacción de impulsos, estímulos, indicios, respuestas, y refuerzo”. Estos autores afirman además que, al hacer y aprender, la gente adquiere creencias y actitudes. Éstas, a su vez, influyen en su comportamiento de compra. Una creencia es una idea descriptiva que una persona tiene acerca de algo. Las creencias podrían estar basadas en conocimientos reales, opiniones, o en la fe, y pueden tener o no alguna carga emocional. Al mercadólogo le interesan las creencias que la gente formula acerca de productos y servicios específicos porque tales creencias constituyen la imagen de los productos y las marcas, la cual afecta el comportamiento de compra. Si algunas de las creencias son erróneas e impiden la compra, el mercadólogo querrá lanzar una campaña para corregirlas.

### **El proceso de decisión del comprador**

Wilkie (1990), define el proceso de decisión de compras como: “el conjunto de actividades que realizan las personas cuando seleccionan, compran, evalúan y utilizan bienes y servicios con el objeto de satisfacer sus deseos y necesidades”. Kotler & Armstrong (2008) definen un conjunto de pasos para este proceso, en la figura 1.3, se identifican las diferentes etapas del proceso de decisión de compra que contempla este modelo:

**Figura 3.** Proceso de decisión de compra



**Fuente:** Kotler, Armstrong (2008)

**Elaboración:** Magaly Romo

Kotler & Armstrong (2008), señalan en el inicio del proceso la etapa de reconocimiento de la necesidad, el comprador reconoce que hay una diferencia percibida entre su estado real y su estado ideal. No siempre sabe exactamente lo que necesita, en ciertos casos no tiene idea de marcas o lugares donde puede encontrar el producto o servicio que lo acerque a su estado ideal. Alonso & Grande (2013), definen la necesidad como: “una tensión, una carencia de algo que constituye un desequilibrio en el estado normal del individuo y provoca un problema, el ser humano intenta recuperar el equilibrio eliminando sus carencias y aliviando sus tensiones, que muchas veces se materializa con el acto de la compra”.

Como lo indica Kotler & Armstrong (2008): “la inquietud a la que se enfrenta el consumidor en la primera etapa promueve la búsqueda de información, la misma que puede obtenerse de diferentes fuentes, se incluyen fuentes personales (familiares, amigos, vecinos, conocidos); fuentes comerciales (publicidad, vendedores, páginas de internet de las marcas, los canales comerciales) fuentes digitales (buscadores de internet, discusiones en comunidades virtuales, blogs, YouTube, redes sociales) y fuentes empíricas (experiencia y evaluación del producto)”.

Como lo explican Blackwell, Engel & Miniard (2005): “la evaluación de alternativas es la fase del proceso de compras en la cual el consumidor procesa la información sobre las diferentes marcas, orientándose a la decisión final”.

Kotler & Armstrong (2008), manifiestan que: “después de la evaluación de alternativas, se establece la *decisión de compra* como una etapa en la que intervienen dos factores que pueden interferir en la intención de compra y decisión final del comprador. El primer factor lo constituyen las actitudes de otros, alguien cercano al comprador puede influir y reducir las alternativas de compra”. Fishbein & Ajzen (1975), indican que: “la actitud de otras personas que ejercen influencia sobre el consumidor puede cambiar la decisión de compra de éste. El segundo factor corresponde a situaciones inesperadas que podrían alterar la intención de compra por ejemplo la reducción del ingreso económico del individuo, la entrada de una nueva marca con precios bajos o alguna promoción”. Como lo indica Bell (1987), esta cuarta fase del proceso de decisión del comprador, es situación de alta complicación. Finalmente, en este proceso se produce el *comportamiento posterior a la compra*, que como lo indican Kotler & Armstrong (2008): “la tarea del mercadólogo no termina cuando se compra el producto, después de adquirirlo el consumidor quedará satisfecho o insatisfecho. La respuesta radica en la relación que hay entre las expectativas del consumidor y el desempeño percibido del producto”. Como lo manifiestan Rodríguez & Radabán (2014): “la satisfacción o insatisfacción que conlleva el uso del producto comprado es clave para decidir seguir comprando esa marca y recomendarla, por ejemplo”.

### **Importancia del problema**

Este trabajo de investigación plantea en contribuir con en un aporte teórico que va a generar un mayor

conocimiento en cuanto los factores y motivaciones en el comportamiento de compra que tienen las madres que trabajan residentes de la ciudad de Guayaquil.

Se trata de analizar la incidencia de la incorporación de las madres guayaquileñas al mercado laboral sobre sus hábitos de compra, entre otras variables se presenta información sobre la importancia del precio, la publicidad, los diferentes canales de compra que prefieren y cuáles son las principales motivaciones que tienen al momento de decidir los productos que compran para su hogar.

Esto servirá para describir de una forma más precisa el comportamiento de compra de las madres trabajadoras con el objetivo de hacer más sencilla la definición de estrategias y políticas comerciales dirigidas a este segmento de la población.

### **Metodología**

Para analizar el comportamiento de compra de las madres trabajadoras residentes en Guayaquil, se realizó una investigación de carácter cualitativa y cuantitativa. En la investigación cualitativa se utilizó la técnica de entrevistas en profundidad a diez madres con diversos tipos de trabajo fuera del hogar, las entrevistas fueron conducidas de acuerdo a una guía de preguntas de aproximadamente de una hora. Con la información recabada se definieron las variables necesarias para medir los posibles factores que influyen en el comportamiento de las madres en relación con el proceso de compra.

En el estudio cuantitativo se llevó a cabo la recogida de información mediante una encuesta personal dirigida, al target de estudio conformado por madretrabajadoras de la zona urbana de Guayaquil, con edades comprendidas entre los 25 y 50 años, de los niveles socioeconómicos medio típico y medio bajo.

Las entrevistas fueron realizadas en hogares a través de estratificación por zonas. La selección de las unidades a entrevistar se realizó por el método de rutas aleatorias, el tamaño muestral total fue de 190 madres trabajadoras.

### **Resultados**

#### **Contexto General**

Para analizar el comportamiento de compra de las madres que trabajan fuera del hogar se realizaron entrevistas a profundidad encontrándose hallazgos importantes: en primer lugar, este grupo objetivo no descuida el cuidado de la casa y la crianza de los hijos, cabe destacar que en algunos casos las abuelas ayudan a la crianza de los hijos como que fueron sus propios hijos, existiendo disyuntivas en la forma de criar por los choques generacionales, sin embargo, no dejan de consentir a los nietos. Las madres mayores a 40 años se apoyan en sus hijos mayores por varias horas en el día, haciendo el rol de cuidadores de sus hermanos pequeños. El servicio doméstico es escaso en este target, hoy en día se le tiene que pagar un sueldo básico y todos los beneficios de ley; sin embargo, contratan por horas solamente.

Además, manifiestan que el tener un trabajo con sueldo fuera del hogar les hace sentirse orgullosa de poder comprarse lo que quierian sea en efectivo, a crédito con la casa comercial o con la tarjeta de crédito, siendo el cupo muy bajo. El principal problema que tienen para comprar es la falta de tiempo, sin embargo, por el trabajo deben preocuparse por el cuidado personal, algunas dicen que están llenas de productos de cuidado personal pero no lo usan, declaran que les hace falta tiempo para arreglarse y “ponerse bellas” como ellas quierian ya que el tiempo de la mañana es muy corto, entre que preparan desayuno y alistan a los niños para la escuela.



El trabajar en muchos hogares es un pilar fundamental, comparten los gastos con el esposo, aunque algunas participantes en sus entrevistas manifestaron tener mayores ingresos que los esposos y les toca cubrir otros gastos que no son compartidos como la escuela de los niños o la persona de servicio que llega por unas horas hacer el almuerzo.

El grupo estudiado expuso que tienen la influencia de la publicidad en medios tradicionales y también se informan por internet, especialmente en las categorías de viajes, vestuario, calzado y carteras. Además, ellas suelen recordar la publicidad mejor que los hombres y declararon ser más cautelosa en las compras.

Por no disponer de mucho tiempo para las compras, aunque lo disfrutan, concurren hacer sus compras en: supermercados, grandes cadenas, farmacias; muy poco usan las tiendas de barrio. El comprar alimentos y productos de aseo para la casa no es una experiencia placentera tienen que concurrir los fines de semana porque entre semana hay mucha cola y se pierde demasiado tiempo; en ocasiones delegan a los esposos para realizar las compras, pero si es esencial que tengan un smartphone para intercambiar fotos y tener la aprobación de la mujer.

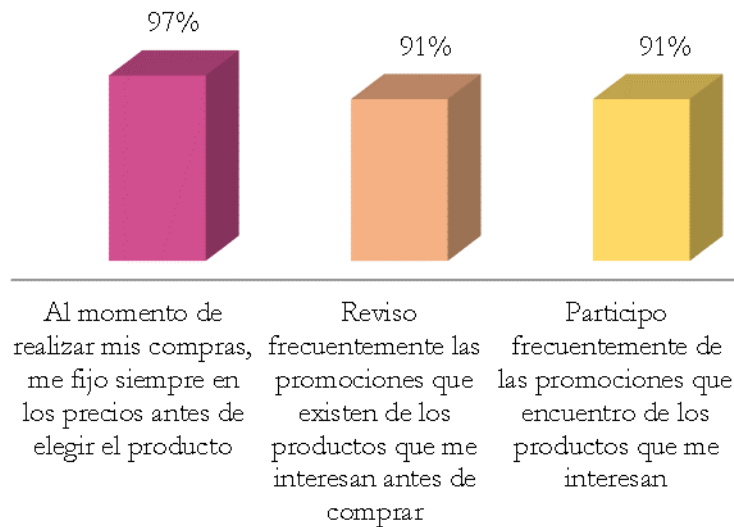
Cuando existen promociones de los productos aprovechan estas oportunidades, ya que es posible no encontrarla nuevamente y prefieren almacenar productos que tengan descuentos. Con respecto a los horarios que tienen los supermercados y las tiendas de conveniencia, prefieren que sean más extensivos entre semana. Las compras que más le tensiona son las que los niños necesitan para el día siguiente, como los útiles escolares, materiales para manualidades, libros entre otros; debido a que estos lugares cierran temprano y están ubicados en lugares lejanos a su lugar de trabajo.

Este grupo objetivo se inclina por comprar productos preparados, precocidos, snacks y bebidas listas para consumir. A diario, lunes a viernes suelen levantarse a las 5H00 y acostarse alrededor de las 23H00 y con tantas preocupaciones del hogar y del trabajo, descuidan otras actividades de descanso como el hacer ejercicios.

### **Estímulos que influyen en su decisión de compra**

Para el análisis posterior a la recolección de datos, de acuerdo al modelo de comportamiento y motivaciones de compra de Kotler & Armstrong (2008), la publicidad, el precio y promociones son agentes externos que influyen en la decisión de compra. Al comprar cualquier producto lo primero revisan es el precio (97%) y si se encuentran en promoción (91%) ligado de la participación de estas promociones, tal como se muestra en el gráfico 1.

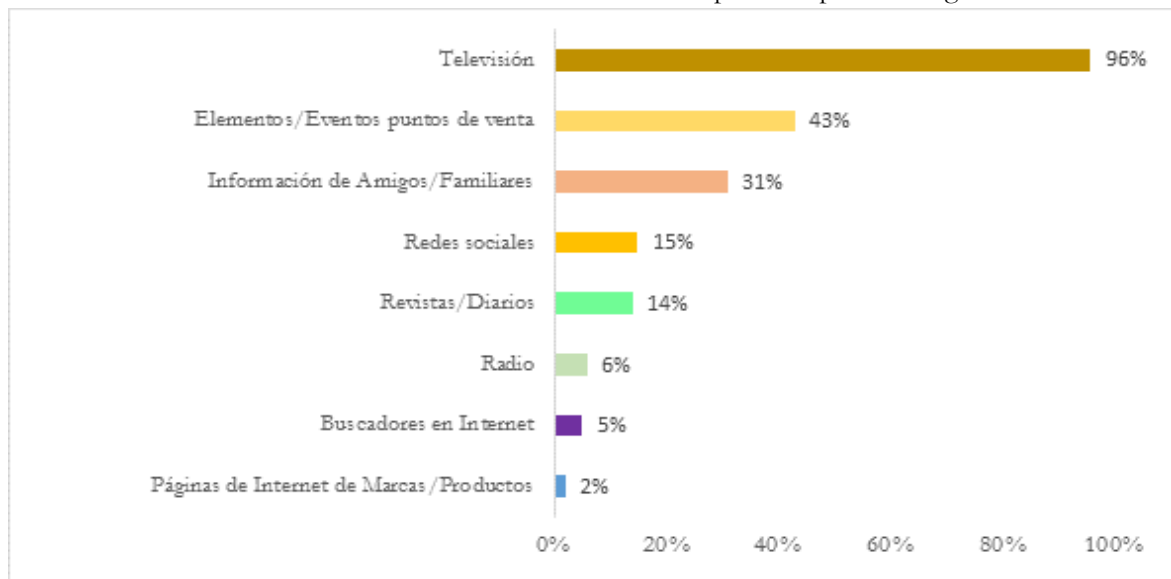
**Gráfico 1.** Factores que inciden en la compra



**Fuente:** Base de Datos Encuesta  
**Elaborado por:** Magly Romo, 2016

Este análisis reveló que la publicidad (86%) cobra una gran importancia al momento de comprar; siendo la televisión (96%) y la comunicación en el punto de venta (43%) elementos que influyen en la compra. Otra estrategia de comunicación que impulsa la compra es el “boca a boca” a través de las redes sociales, revistas o diarios, esto es de vital importancia conocerlo al momento de poner en marcha una campaña de marketing digital. A pesar que el internet es una de los medios de comunicación más utilizados, para este target es el canal menos efectivo para la búsqueda productos y servicios de compra habitual para el hogar (Gráfico 1).

**Gráfico 2.** Influencia de los medios de comunicación para compras del hogar



**Fuente:** Base de Datos Encuesta  
**Elaborado por:** Magly Romo, 2016

En la tabla 1, el nivel de penetración del sector de supermercados e hipermercados es del 46%, es decir de 100 personas, 46 realizan su compra en este canal de distribución, seguido de los almacenes y tiendas departamentales

(28%), tiendas de barrio (23%), Mayoristas/Bahía (18%) y otros canales de baja consideración. Se confirma nuevamente que el Internet no es un canal de compra para este target.

**Tabla 1.** Penetración de lugares de compra

<b>Penetración de lugares de compra</b>	<b>%</b>
Supermercados e Hipermercados	46%
Almacenes y Tiendas Departamentales	28%
Tiendas de Barrio	23%
Mayoristas, Bahía	18%
Farmacias y/o Distribuidoras Farmacéuticas	10%
Ferias Libres, Mercados	3%
Internet	0%

**Fuente:** Base de Datos Encuesta

**Elaborado por:** Magly Romo, 2016

### **Perfil de las madres trabajadoras, la caja negra**

En este estudio se realizó una batería de afirmaciones actitudinales, dividido en tres grupos. El primer grupo señala las motivaciones relacionadas con la compra, el segundo tiene que ver con las características que influyen en la compra y el tercero con el manejo del presupuesto.

En la Tabla 2 se describe cada uno de los elementos que forman a cada grupo. En el primer grupo, la preocupación por la salud del hogar es uno de las características principales que las madres tienen presente al momento de generar su compra, seguido de las necesidades de sus hijos. En el segundo se vuelve a confirmar que la salud es primordial en los hijos, tomándose el tiempo para leer cuidadosamente las etiquetas del producto antes de comprar, otro factor de influencia en la decisión de compra es la opinión de su esposo y los hijos en los productos que se compran en el hogar. Con referente a la actitud frente al manejo de presupuesto invierten su dinero en productos para el hogar, pero muy poco invierten en invitaciones sociales, dietas, ejercicios físicos y en vacaciones.

**Tabla 2.** Grupos Actitudinales

	<b>Motivaciones relacionadas con la compra</b>	<b>Características que influyen en la compra</b>	<b>Manejo de Presupuesto</b>
Al momento de elegir un producto (alimentos o bebidas) para mi hogar, lo hago pensando que sea bueno para la salud.	91%		
Me basta con que a mis hijos no les falte nada	89%		
Si los productos aportan a mi imagen es más probable que los compre	87%		
La forma en que fui educada influye en mis decisiones al momento de realizar compras para mi hogar.	83%		

	Motivaciones relacionadas con la compra	Características que influyen en la compra	Manejo de Presupuesto
Muchas de las compras que realizo para mi hogar (alimentos, bebidas, ropa, productos de aseo, etc.), las hago por tradición familiar que tengo desde que vivía en casa de mis padres.	78%		
Leo cuidadosamente las etiquetas antes de comprar		91%	
Mis hijos y esposo influyen para tomar la decisión de los productos que se compran para el hogar		86%	
Cuando realizo compras para mi hogar, trato de hacerlo en el menor tiempo posible por mis diferentes ocupaciones.		85%	
Mis compras incluyen detalles para consentir a mis hijos		82%	
Los productos que compro para mi hogar (alimentos, bebidas, ropa, productos de aseo, etc.) me dan status.		81%	
Antes de comprar cualquier producto para mi hogar, pido opiniones a familiares o amigos.		75%	
Cuando realizo compras para mi hogar, trato de hacerlo en el menor tiempo posible por mis diferentes ocupaciones.			66%
Salir y tener vida social es parte de mi presupuesto			61%
Dieta y ejercicio es parte de mi presupuesto			59%
Viajar por vacaciones fuera de la ciudad es un rubro obligatorio			55%

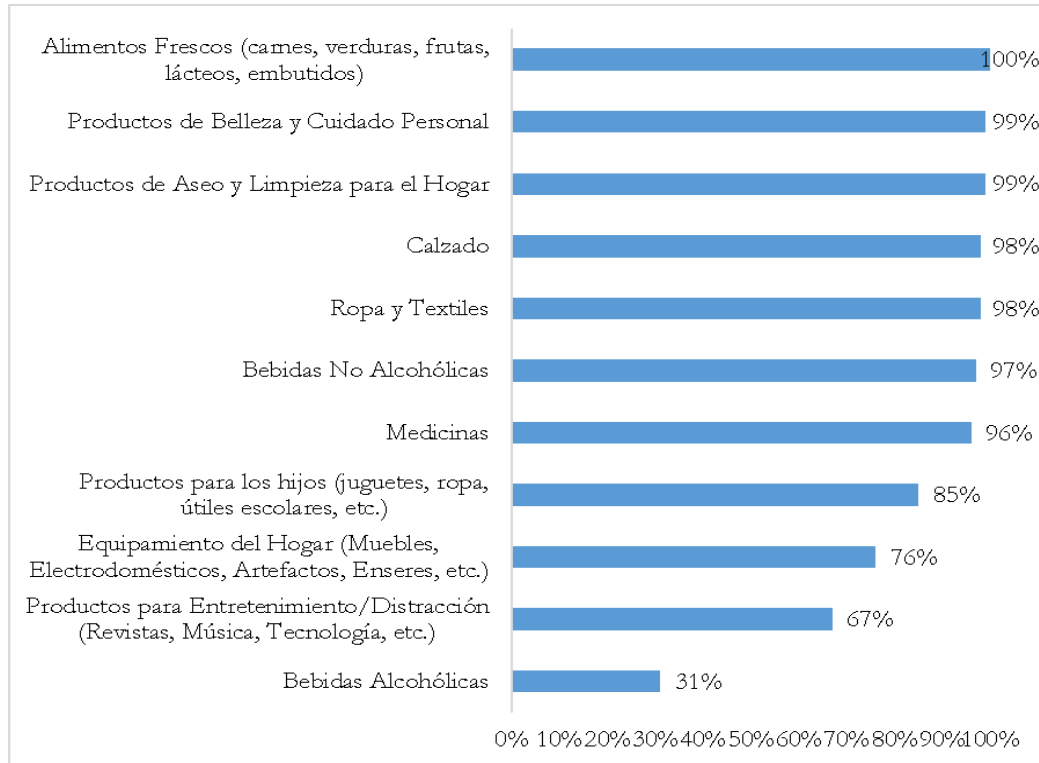
**Fuente:** Base de Datos Encuesta  
**Elaborado por:** Magly Romo, 2016

### Respuestas de las compradoras

En el tercer componente del modelo de comportamiento de consumidor de Kotler & Armstrong (2008), se analizan las respuestas de compra en función de los productos que compran, los lugares que eligen y marcas preferidas. Los niveles de desembolso también son analizados, todas estas variables se detallan a continuación comparando los dos grupos de estudio.

De acuerdo a la gráfica 3, se representa la incidencia de compra de diversas categorías y las de mayor compra en el hogar. Cabe resaltar que los productos de belleza, cuidado personal y calzado tienen ocurrencia de compra debido a que trabajan y cuidan de su imagen personal.

**Gráfica 3. Incidencia de compra de productos**

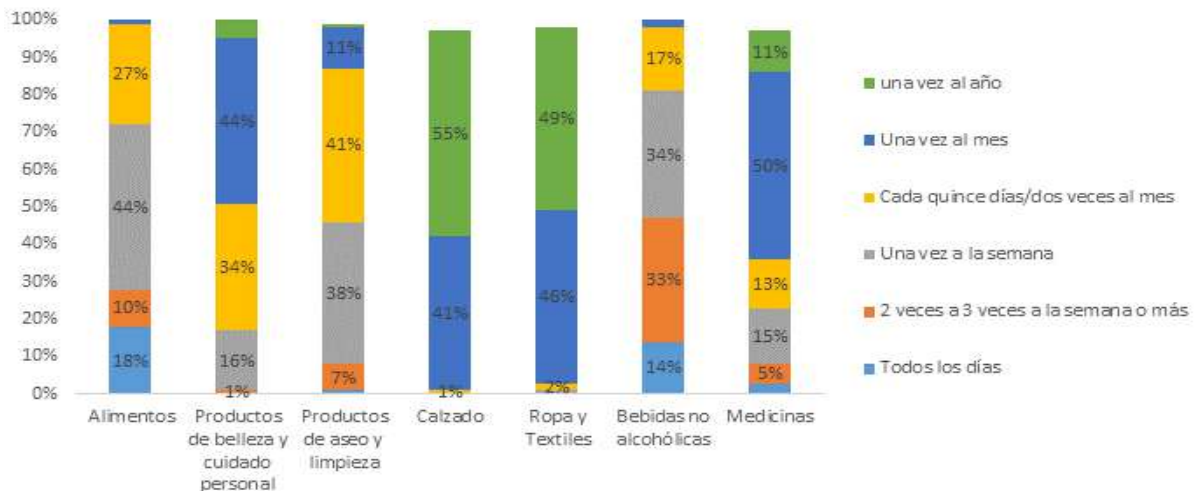


**Fuente:** Base de Datos Encuesta

**Elaborado por:** Magly Romo, 2016

La frecuencia de compra de cada categoría varía, el primer y más importante rubro, alimentos, el 44% compran productos de esta categoría una vez a la semana. En lo que respecta los productos de belleza y cuidado personal la frecuencia de compra es una vez al mes de igual forma las medicinas. Por otro lado, las categorías de calzado, ropa y textiles alrededor del 50% la compra una vez al año (Gráfica 4)

**Gráfica 4: Frecuencia de compra**



**Fuente:** Base de Datos Encuesta

**Elaborado por:** Magly Romo, 2016

Un aspecto importante en esta investigación que se puede observar en la Tabla 3, es que las marcas que tienen presentaciones para línea diaria tienden a tener mayor acogida. En la categoría de Alimentos la marca que prefieren es Sumesa, en Bebidas no alcohólicas la Coca Cola, en Bebidas alcohólicas predomina la Pilsner, en marca de vestimenta Pinto, en aseo del hogar Deja, cuidado personal Avon y Útiles escolares la marca Estilo, mayoría de estas marcas son de producción local.

**Tabla 3.** Marcas preferidas

<b>Alimentos</b>	Madres que Trabajan
Sumesa	42,11%
Tony	39,47%
Lechera	35,26%
Don Vittorio	32,11%
Facundo	26,84%
Mr Pollo	16,32%
Doña Petrona	15,26%
Real	13,16%
Parmalat	8,95%
Lenutrit	7,89%
Nutrileche	7,37%
Indulac	6,84%
Mr Chanco	6,32%
Reyleche	5,26%
Maggy	4,74%
<b>Bebidas no alcohólicas</b>	Madres que Trabajan
Coca Cola	51,63%
Del Valle	18,48%
All Natural	17,39%
Pulp	17,39%
Natura	16,30%
Cielo	13,59%
Dasani	10,33%
Fanta	6,52%
<b>Bebidas alcohólicas</b>	Madres que Trabajan
Pilsener	70,69%
Club Premium	22,41%
Pilsener Light	3,45%

<b>Vestido</b>	Madres que Trabajan
Pinto	10,81%
Adidas	10,27%
Tommy Hilfiger	7,57%
Polo	5,95%
De Prati	3,78%
Lacoste	3,78%
<b>Aseo del hogar</b>	Madres que Trabajan
Deja	46,81%
Ajax	30,85%
Olimpia	29,79%
Pinoklin	20,21%
Fabuloso	12,23%
Clorox	4,79%
<b>Cuidado personal</b>	Madres que Trabajan
Avon	43,09%
Yambal	30,32%
Colgate	7,98%
Protex	7,98%
Familia	6,91%
Sedal	6,91%
Dove	6,38%
Esika	5,32%
<b>Útiles escolares</b>	Madres que Trabajan
Estilo	40,37%
Norma	37,27%
Reforma	21,12%

**Fuente:** Base de Datos Encuesta

**Elaborado por:** Magly Romo, 2016

### Conclusiones

Al analizar los resultados de esta investigación fue entender el comportamiento de compra y motivaciones de acuerdo al modelo de Kotler a las madres que trabajan residentes de la ciudad de Guayaquil.

El 91% de este target son participe de las promociones y cuando encuentran compran en gran volumen para embodegarlo significándole un ahorro en tiempo y dinero. En cuanto a la influencia de publicidad se encuentra que las recomendaciones “boca a boca”, redes sociales, revistas o diarios tienen mayor influencia al momento de comprar.

El canal moderno (supermercado y farmacias) es el canal habitual donde realiza la compra principal; es decir, la compra relevante de productos para el hogar.

En cuanto a características intrínsecas de cada uno de los grupos, la “caja negra” de Kotler, se nota que las madres trabajadoras destinan poco dinero para diversiones, viajes, dieta y ejercicios, sin embargo, si gastan en productos de belleza y cuidado personal que pese a que no disponen de mucho tiempo cuidan de su imagen personal.

La frecuencia y experiencia de compra también son variables que marcan diferencias, la mayoría de las madres que trabajan realizan sus compras con una frecuencia semanal en volúmenes alto por no disponer de tiempo entre semana.

### **Recomendaciones**

Se debe utilizar una estrategia más agresiva en los canales modernos (supermercados) para impulsar la compra de productos, involucrando a los niños en la publicidad ya que ellos influyen en su decisión de compra.

En vista de que las madres trabajadoras no disponen de tiempo entre semana para comprar productos en el hogar, se recomienda que los supermercados tengan horarios más amplios en la noche.

### **Referencias bibliográficas**

- Alonso Rivas J. y Grande, I. (2013). *Comportamiento del Consumidor: decisiones y estrategias de marketing*. Madrid: ESIC.
- Blackwell, R., Miniard, P. y Engel, J. (2005). *Consumer Behavior*. South-Western College Pub.
- Bell, M. (1987). *Mercadotecnia: Conceptos y Estrategia*. México: Compañía Editorial Continental
- Diario EL TELÉGRAFO bajo la siguiente dirección: <http://www.itelegrafo.com.ec/noticias/especial-dia-de-la-mujer-4/1/inclusion-laboral-de-genero-por-buen-camino-en-ecuador>
- Eshleman, J. y Bulcroft, R. (2009). *The Family*. Pearson Educación.
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research* (Addison-Wesley series in social psychology). Addison-Wesley.
- Foxwall, G., Goldsmith, R. y Brown, S. (2002). *Consumer Psychology for Marketing*. Oxford: Thomson Learning.
- Henaó, O. y Córdoba, José. (2007). *Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica*. Recuperado el 2015, de Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265420387003>.
- Herrero, J. (2002). *¿Qué es cultura?* Recuperado el 2015 de: <http://pnglanguages.org/training/capacitar/antro/cultura.pdf>.
- Izurieta, M. (2015). *Comportamiento de compra de alimentos orgánicos en la ciudad de Quito desde la perspectiva del modelo de comportamiento del consumidor final de Philip Kotler*. Recuperado el 2015, de: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4314/1/PI-2015-12-Izurieta-Comportamiento%20de.pdf>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Comportamiento de compra del consumidor y de los compradores industriales*. *Fundamentos de Marketing* (pág. 128). Pearson Educación.
- Manzuoli, J. (2006). *Una visión renovadora sobre el proceso de decisión de compra*. Recuperado el 2015, de Academia: [http://www.academia.edu/7217279/una\\_visio%c3%93n\\_renovadora\\_sobre\\_el\\_proceso\\_de\\_decisi%c3%93n\\_de\\_compra](http://www.academia.edu/7217279/una_visio%c3%93n_renovadora_sobre_el_proceso_de_decisi%c3%93n_de_compra).

Nawas, M. Mike (1971). El estilo de vida. Recuperado el 2015, de Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80503105>

Naranjo, M. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo

Ponce, M., Besanilla, T. y Rodríguez, H. (2012). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor. Recuperado el 2015, de Eumed: <http://www.eumed.net/ce/2012/dhi.html>

Portugal, M. (2007). Concepto de Cultura. Recuperado el 2015 de Promonegocios: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>.

Revollosa, A. (2013). La caja negra del consumidor. Recuperado el 2015, de: <http://www.konzept.com/blog/la-caja-negra-del-consumidor/>.

Rodríguez, D. y Rabadán, B. (2014). Proceso de decisión del consumidor: Factores explicativos del visionado de películas en sala de cine de los jóvenes universitarios españoles. Recuperado el 2015, de: [http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/146251/David\\_Rodriguez\\_Rabad%C3%A1n%20Benito.pdf?sequence=1](http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/146251/David_Rodriguez_Rabad%C3%A1n%20Benito.pdf?sequence=1)

Ruiz, F. (2013). La caja negra. Recuperado el 2015, de Educadictos: <http://www.educadictos.com/la-caja-negra/>.

Sahui, J. (2008). Factores que influyen en la conducta del consumidor, una aproximación desde las ciencias sociales. Recuperado el 2015, de Colpamex: <http://www.colpamex.org/Revista/Art10/50.pdf>

Salomon, M. (2008). Comportamiento del Consumidor. México: Pearson Educación

Schiffman, L. y Kanuk, L. (2010). Comportamiento del consumidor: cambios y desafíos. Comportamiento del Consumidor. México: Pearson Educación

Trujillo, R. (2004). El nivel de relación grupal: el estatus y los roles. Recuperado el 2015, de Gestiópolis <http://www.gestiopolis.com/el-estatus-y-los-roles-en-las-estructuras-grupales-de-la-empresa/>

Vargas, Luz María (1994). Sobre el concepto de percepción. Recuperado el 2015, de Alteridades, vol. 4, núm. 8, 1994, pp. 47-53. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711353004>.

Wilkie, W. (1990). Consumer Behavior. New York: John Wiley&Sons.

Zubieta, Pablo. (2010). Decisiones de compra y decisiones humanas. Recuperado el 2015, de: <http://decisionesdecompraydecisioneshumanas.blogspot.com/2010/02/decisiones-de-compra-del-consumidor.html>



# Indicadores Financieros de Gestión y su efecto en la Liquidez y Solvencia de las organizaciones

**Jose Kennedy Ollague Valarezo**

Universidad Técnica de Machala

jollague@utmachala.edu.ec

**Liana Carola Sánchez Cabrera**

Universidad Técnica de Machala

lsanchez@utmachala.edu.ec

**Inés del Tránsito Palomeque Cordova**

Universidad Técnica de Machala

ipalomeque@utmachala.edu.ec

## Resumen

Una de las condiciones que se debe asegurar en la administración de empresas es mantener niveles óptimos la liquidez y solvencia. Muchas de las actividades que se realizan en las empresas buscan la conversión (liquidación) de los activos realizables y exigibles a la mayor velocidad posible para asegurar y mantener el efectivo necesario y cubrir las cuentas, principalmente las de corto plazo, registradas en el Pasivo corriente. Ante estos requerimientos, se planteó como objetivo de la presente investigación, la utilización de los Indicadores de Gestión de activos de corto plazo como elementos complementarios y coadyuvantes que permitan a la Dirección encontrar los niveles óptimos de Liquidez y Solvencia más apegados a la realidad de las organizaciones. Para alcanzar el objetivo se revisó la literatura pertinente, se identificó los Indicadores financieros necesarios, se agregó elementos complementarios que fortalezcan el objetivo, se creó nuevos indicadores financieros y como resultado se estructuró una matriz de evaluación que permitirá analizar la Liquidez y Solvencia de una organización de manera mucho más asertiva. Los resultados demostraron la oportuna y necesaria aplicación del instrumento y se obtuvo como conclusiones la recomendación de aplicar el instrumento que va a apoyar a los Administradores a visualizar de una perspectiva más amplia la Liquidez y Solvencia

**Palabras claves:** análisis financiero, liquidez, solvencia, matriz de evaluación, indicadores, razones financieras.

## Abstract

One of the conditions that must be ensured in business administration is to maintain optimal levels of liquidity and solvency. Many of the activities carried out in the companies seek the conversion (liquidation) of realizable and enforceable assets at the highest possible speed to ensure and maintain the necessary cash and cover the accounts, mainly short-term accounts, recorded in Current Liabilities. In view of these requirements, the objective of the present investigation was to use the Short-Term Asset Management Indicators as complementary and auxiliary elements that allow Management to find the optimal levels of Liquidity and Solvency more closely related to the reality of Organizations. To reach the objective, the relevant literature was revised, the necessary Financial Indicators were identified, complementary elements were added to strengthen the objective, new financial indicators were created and as a result an evaluation matrix was structured to analyze the liquidity and solvency of an organization In a much more assertive way. The results demonstrated the timely and necessary application of the instrument and the conclusions of the recommendation were to apply the instrument that will support the Directors to visualize in a broader perspective the Liquidity and Solvency

**Keywords:** Financial analysis, liquidity, solvency, evaluation matrix, indicators, financial ratios

## Introducción

El problema que generalmente aqueja a las organizaciones está relacionado con la liquidez que repercute en la solvencia. El corto plazo representado por las cuentas del Activo y Pasivo Corriente es el que mayor atención demanda de parte de la Dirección, puesto que son estas cuentas las que tienen mayor actividad. Así es como surge la necesidad de buscar soluciones que permitan visualizar de mejor manera aspectos tan delicados como la Liquidez y Solvencia.

El problema de la Liquidez y Solvencia muchas veces es mal interpretado y se confunde con acumulación de activos o inversiones, más el problema radica muchas veces en ese exceso de inversiones que no están generando ingresos, llevando a las organizaciones a situaciones de peligro de caer en mora, o peor aún, entrar en el umbral de la insolvencia. Bajo este escenario empresarial es recomendable buscar cada vez más instrumentos que permitan disminuir los impactos desfavorables que puede causar la falta de liquidez con la consecutiva pérdida de la capacidad de cubrir deudas de corto plazo. Con estos antecedentes se desarrolla un estudio sobre la Liquidez y Solvencia desde un ajuste a su misma definición hasta la elaboración y propuesta de una metodología cristalizada en un instrumento que permita al Administrador de Empresas apoyarse a la hora de tomar decisiones sobre los niveles de Liquidez y Solvencia que debe tener una organización.

Se propone entonces un modelo que procure establecer los niveles de Liquidez y Solvencia adecuados a cada empresa, fundamentado en el análisis de dos grupos de indicadores financieros y otros elementos de apoyo para llegar a construir el instrumento de evaluación.

El estudio se fundamenta en una metodología conformada por varios pasos que se originan en una revisión bibliográfica suficiente sobre el tema, en el establecimiento de algunas relaciones financieras, la creación de indicadores financieros, incorporación de otros elementos financieros relacionados, hasta la elaboración de un instrumento con amplias posibilidades de contribuir a contextualizar mejor los valores apropiados de Liquidez y Solvencia que deben mantener las organizaciones. El documento estructurado y aplicado demostró ser versátil y de gran apoyo para la toma de decisiones acertadas en beneficio de las organizaciones y sus propietarios.

Como una de las herramientas más utilizadas para una buena gestión está el recurso de Análisis a los Estados Financieros mediante el uso de razones, índices o indicadores financieros, que para (Gitman & Zutter, 2012), consiste en información contenida en los estados financieros que ofrecen medidas relacionadas al trabajo de la empresa, usando razones o valores relativos que incluyen métodos de cálculo e interpretación para supervisar el desempeño de la empresa. (Villegas, 2002), define analizar como “romper”, “desintegrar”, “seccionar” la información de los estados financieros, para posteriormente interpretar, que es el resultado de “integrar” y “sintetizar” los datos descompuestos en el análisis, para alcanzar un entendimiento bajo criterio profesional.

El análisis a los Estados Financieros consiste en la aplicación de herramientas y técnicas que relacionan cuentas a fin de obtener información válida para la toma de decisiones. (Bernstein, 1996). Tiene como objetivo evaluar la situación económica y financiera para diagnosticar la situación y perspectivas de un negocio. (Stickney, Weil, Schipper, & Francis, 2012). Este análisis permite “descubrir” información que no es fácil captar por los usuarios de los Estados financieros, traduciendo a lenguaje comprensible la información financiera. (Villegas, 2002). Las relaciones entre cuentas y grupos de cuentas de los estados financieros denominadas Análisis a los Estados Financieros, abren un amplio abanico de posibilidades para evaluar organizaciones desde varias perspectivas, así tenemos como resultado los denominados ratios, razones, índices, relaciones o indicadores financieros que se constituyen en la base fundamental tradicionalmente utilizada para el análisis e interpretación de los Estados Financieros. (Ibarra, 2006).

De las variadas técnicas que existen para realizar análisis financiero, se destacan los indicadores, razones, ratios o índices financieros que es la utilizada en la presente investigación. Los indicadores financieros se constituyen en una herramienta indispensable para la adecuada administración financiera de las organizaciones. Son cocientes numéricos que relacionan cuentas o grupos de cuentas de los estados financieros, unos resultan de relacionar cuentas del Estado de Situación Financiera o Balance General, otros de relacionar cuentas del Estado de Resultados y también de relacionar cuentas de ambos estados financieros (Stickney, Weil, Schipper, & Francis, 2012). Estos indicadores por sí solos no tienen mucho valor, salvo cuando se relacionan unos con otros, cuando se comparan con periodos anteriores y cuando se comparan con empresas del mismo sector (Fontalvo, De la Hoz, & Vergara, 2012).

Se cuenta con cuatro grupos de índices, ratios o razones financieras, que han sido clasificados por los diferentes autores y que tienen que ver con la liquidez, endeudamiento, gestión y rentabilidad, que además están vinculados con las actividades económicas de las empresas. (Stickney, Weil, Schipper, & Francis, 2012).

Los cuatro grupos de indicadores financieros cubren la totalidad de las cuentas del Estado de Situación Financiera o Balance General y del Estado de Resultados; estos son Indicadores de Liquidez o solvencia; Indicadores de Endeudamiento; Indicadores de Gestión, Utilidad, Eficiencia, Rotación o Actividad; y, los Indicadores de Rentabilidad. De estos cuatro grupos, los Indicadores denominados de Gestión, Utilidad, Eficiencia, Rotación o Actividad, se resumirán en una sola designación de acuerdo a su uso y aplicación: *de Gestión*, porque mide cómo se gestionan los recursos; *de Utilidad*, se refiere a la medida en que se utilizan los recursos (activos); *de Eficiencia*, porque miden qué tan bien se usan o aprovechan los recursos; *de Rotación*, debido a que miden las veces que rotan los saldos contables de los activos en función de las ventas; y, *de Actividad*, porque miden si los recursos están operativos. Este grupo de ratios en la presente investigación se denominarán *Indicadores "GUERA"* en referencia a su acrónimo cimentado en las variadas denominaciones en base a sus usos y aplicaciones ya expuestas. Estos indicadores relacionan las cuentas del Activo o Patrimonio del Estado de Situación Financiera o Balance General con las cuentas del Estado de Resultados (Ventas y Costo de Ventas).

Uno de los elementos destacables en la presente investigación es el Activo, por lo que es preciso empezar por revisar su definición, considerando lo expuesto por (Guajardo & Andrade, 2014), para quienes "activo" es toda propiedad de una organización capaz de generar beneficios en el futuro, cuyo valor queda definido por el costo de adquisición del bien además de todos los gastos generados por su traslado, instalación, adecuación y puesta en marcha. La cantidad de estos activos varía según la naturaleza de la organización. (Celaya, 2013) añade, que los activos de las organizaciones pueden ser de diferente tipo y de acuerdo a su naturaleza. Mientras que (Stickney, Weil, Schipper, & Francis, 2012) presentan como complemento la clasificación típica de los Activos en *Corrientes* y *No Corrientes*; *Activos corrientes* son aquellos que se espera su liquidación en el plazo de hasta un año; y, los *Activos No Corrientes* como aquellos que la empresa retiene por más tiempo y que no se convertirán en efectivo en el corto plazo; es decir, en menos de un año. Con lo que se establece que la diferencia entre el activo circulante y el no circulante depende del tiempo que el activo tarda en convertirse en efectivo (Ochoa & Saldívar, 2012).

Es importante diferenciar entre lectura e interpretación de los resultados que se obtienen de los indicadores financieros. Defínase la *lectura* como la expresión literal de un resultado; y, la *interpretación* como una profundización al significado de ese resultado, argumentando el impacto que se espera, el posible motivo y las medidas a tomarse, que es justamente la toma de decisiones para remediar o mejorar el curso de la organización.

## Indicadores GUERA

Los indicadores de Gestión de activos, como los define (Altman, 1968; Amat, O., Leiva, L. y Graells, J., 2002), citados por (Bernal-Dominguez & Amat-Salas, 2012), son considerados como predictores de solvencia y tan importantes que monitorearlos podría evitar el fracaso de las organizaciones y además generar valor. Para (Gitman & Zutter, 2012) los indicadores de Actividad, como los denomina, miden la velocidad con la que diferentes cuentas se convierten en efectivo, opera en distintas dimensiones, tanto en las cuentas *Corrientes* como el caso de la administración de inventarios y de las *No Corrientes*, en donde evalúa la eficiencia con la que se utilizan los activos. Los ingresos por ventas se generarán con mayor eficacia si se combina apropiadamente el efectivo, las cuentas por cobrar, el inventario, plantas, bienes inmuebles y equipo (Moyer, McGuiran, & Kretlow, 2005). Estas razones permiten explicar por qué unas empresas son capaces de rotar sus activos con mayor rapidez que otras (Block, Hirt, & Danielsen, 2013). Desde la perspectiva de (Van Horne & Wachowicz, 2010), son aquellos que permiten medir la gestión basados en la utilización que hace la organización de sus Activos.

Los indicadores GUERA que concierne al objetivo del presente trabajo son los de Corto Plazo, que se exponen a continuación:

### Coefficiente de Rotación de Inventarios (CRI)

$$CRI = \frac{\text{Costo de bienes vendidos}}{\text{Inventarios}}$$

El CRI mide la actividad o liquidez que tiene el inventario (Gitman & Zutter, 2012). Determina además la efectividad con que la organización administra el inventario. Se compara con indicadores pasados, con empresas similares o el promedio de la industria, una mayor rotación define un mejor manejo del inventario (Van Horne & Wachowicz, 2010).

Además del CRI, es necesario aplicar otro índice que permite conocer los días de permanencia del inventario en la organización, al que se denominará Edad Promedio de Inventario (EPI) (Gitman & Zutter, 2012). Indica el tiempo promedio que dura el inventario antes de que se venda (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2012).

$$EPI = \frac{\text{Días del año (365)}}{CRI}$$

### Rotación de Cuentas por Cobrar (RCC)

$$RCC = \frac{\text{Ventas a Crédito anuales}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$$

La RCC representa las veces que se han generado ventas a plazo y se ha recuperado cartera liberando el efectivo a lo largo del ejercicio (Bernstein, 1996).

Como complemento se puede encontrar los días que en promedio se está tomando el cobro de las Cuentas por Cobrar, usando el *Periodo Promedio de Cobro (PPC)* (Van Horne & Wachowicz, 2010):

$$PPC = \frac{\text{Días del año (365)}}{RCC}$$

### Rotación de Cuentas por Pagar (RCP)

$$RCP = \frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Cuentas por Pagar}}$$

La RCP representa las veces que la organización ha recibido financiamiento de parte de los proveedores y se cancela la deuda. Se complementa con el *Periodo Promedio de Pago (PPP)* (Gitman & Zutter, 2012).

$$PPP = \frac{\text{Días del año (365)}}{RCP}$$

#### **Rotación de Activos Fijos (RAF)**

$$RAF = \frac{\text{Ingreso por Ventas}}{\text{Activos Fijos}}$$

El RAF representa la eficiencia de la organización en generar ingresos utilizando los activos fijos (edificaciones, instalaciones, maquinaria, equipos, etc.); brinda una idea de cuántas veces la organización renueva sus activos fijos en un año, mientras más alto resulta el indicador, supone una utilización más eficiente de los activos fijos (Nava, 2009). Una baja rotación de activos fijos significa que la empresa mantiene capacidad instalada ociosa (Ochoa & Saldívar, 2012).

#### **Rotación de Activos Totales (RAT)**

$$RAT = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$$

El RAT representa la intensidad con la que se utilizan los activos basado en los ingreso por ventas como parte inicial de los futuros beneficios (Bernstein, 1996). Para (Gitman & Zutter, 2012) indica la eficiencia con la que son utilizados los activos para la generación de ventas. De forma general (Wild, Subramanyam, & Halsey, 2007) expone que este indicador refleja la productividad relativa de los activos; es decir, de las venta que se derivan de cada dólar invertido en un activo en particular.

#### **El ciclo Operativo (CO)**

Es el tiempo que transcurre desde que inicia el proceso de producción hasta el cobro del efectivo por la venta de los productos terminados. Se obtiene sumando la Edad Promedio de Inventario (EPI) y el Periodo Promedio de Cobro (PPC) (Gitman & Zutter, 2012).

#### **La liquidez y solvencia**

Para (Bernstein, 1996), la *liquidez* es la capacidad de convertir activos en dinero; es decir, en tesorería en el corto plazo que convencionalmente significa hasta un año y la falta de ésta provoca que las organizaciones pierdan oportunidades que se le presentan como descuentos favorables y otros beneficios. La falta de liquidez en el corto plazo puede afectar la libertad de operación.

Un interesante y completo estudio presentado por (Díaz, 2012) define la *liquidez* como la capacidad de las organizaciones de cubrir sus obligaciones en el plazo menor a un año y debe originarse en la actividad productiva normal que reside en el inmovilizado capaz de producir bienes o servicios que generen ingresos a través de las ventas, refiriendo al activo no corriente o inmovilizado como promotor de la producción y por tanto de las ventas generadoras de ingresos a los que se relaciona con la liquidez. Definición considerada como apropiada para el origen de la liquidez y coincidente con el objetivo del presente estudio.

Comúnmente liquidez se vincula con solvencia, que de acuerdo a la definición presentada por (Wild, Subramanyam, & Halsey, 2007) la *solvencia* está relacionada con la viabilidad financiera de una compañía y su capacidad de cubrir sus obligaciones, se basa en la estructura del capital; es decir, en la composición de las fuentes de financiamiento de una organización. El análisis financiero se enfoca en la capacidad que tienen las organizaciones de hacer frente a su endeudamiento tanto a corto como a largo plazo con el riesgo de no poder cubrir las obligaciones al vencimiento (Linares, Farreras, Ferrer, & Rabaseda, 2013). Este es un enfoque dirigido

a la capacidad de pagar deudas, lo que sin duda, es la orientación adecuada del significado de solvencia. Consecuentemente liquidez y solvencia no es lo mismo y sus diferencias radican en que la *liquidez* es la velocidad de convertir activos en efectivo, mientras que *solvencia* es la capacidad de cubrir deudas.

A criterio de (Linares, Farreras, Ferrer, & Rabaseda, 2013) es necesario establecer relaciones entre el activo y pasivo del Estado de Situación financiera o Balance General, para determinar si las organizaciones disponen de fondos suficientes que permitan cubrir su pasivo, este análisis se instrumenta mediante el cálculo de algunos indicadores financieros, dependiendo de la dimensión del análisis. Así se tiene la relación de todo lo que la organización tiene (Activo total), con respecto a lo que debe a terceras personas (Pasivo total), como medida de Cobertura total. Este indicador corresponde al grupo de indicadores de endeudamiento como bien los señala (Lizarzaburu, 2014), quien define la solvencia como la proporción de todo lo que tiene la empresa invertida en activos financiados con deuda total, y lo considera como el más importante de los indicadores de endeudamiento.

La liquidez y solvencia se miden utilizando los indicadores de Liquidez que se presentan a continuación.

### **Los indicadores de liquidez:**

Para (Van Horne & Wachowicz, 2010), los indicadores de liquidez sirven para medir la capacidad de pago a corto plazo de las organizaciones. Relacionan el Activo y Pasivo Corriente o Circulante y por su alta volatilidad podrían no ser confiables para evaluar el futuro (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2012). Interesa el indicador de cobertura total de corto plazo que es la Razón corriente o circulante.

### **Razón corriente o circulante**

Conocida por muchas denominaciones como Coeficiente de liquidez, Razón líquida, Índice de solvencia, entre otros. Según (Gitman & Zutter, 2012) mide la capacidad de la organización de cubrir sus obligaciones a corto plazo, se refiere a la posición financiera en cuanto a solvencia de la organización.

Una razón circulante igual o mayor a 1, denota buenas condiciones de la empresa; mientras que, un indicador menor a 1, significa que el Capital de Trabajo neto es negativo, lo que no resulta muy adecuado para empresas saludables (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2012).

Las organizaciones tienen como principal objetivo de corto plazo la generación de liquidez, buscando alcanzar un grado óptimo que las mantenga alejadas de las dificultades financieras, (Almant, 1968) citado por Mongrut, Alberti, Fuenzalida, & Akamine, 2011, quien advierte que una disminución en ese indicador es el resultado de importantes pérdidas operativas y económicas (Mongrut, Alberti, Fuenzalida, & Akamine, 2011).

Luego existen algunas variaciones a este indicador como la **Prueba Ácida** que es el mismo indicador sin considerar los inventarios; la **Prueba Absoluta** que además de restar el Inventario, no considera las Cuentas por Cobrar.

### **Métodos**

La propuesta requiere información elemental que posee la organización para el desarrollo del análisis financiero, entre los que están el último estado de Situación Financiera o Balance General; el Estado de Resultados del último año de donde se obtendrá los valores por Ventas y Costo de los Bienes Vendidos; los indicadores financieros GUERA y los Indicadores de Liquidez para su comparación, análisis, interpretación y toma de decisiones.

Para la presente investigación se utilizó el método descriptivo-comparativo y propositivo, porque describe la manera en cómo se encuentran los indicadores financieros GUERA y los indicadores de Liquidez, comparándolos con las formas tradicionales. Propositivo porque se va a proponer una metodología que permitirá auscultar mejor las condiciones de Liquidez y Solvencia. Además se realizó una suficiente revisión bibliográfica para abstraer las mejores fuentes relacionadas con el tema. Con la presente propuesta se busca vincular la aplicación de los Indicadores GUERA con los de Liquidez y Solvencia.

La metodología consistió en:

- Revisión bibliográfica del tema
- Clasificar los indicadores GUERA y los de Liquidez
- Revisar la denominación de los indicadores de Liquidez y Solvencia
- Elementos intervinientes en la interpretación de los Indicadores de Liquidez y Solvencia
- Elementos intervinientes en la interpretación de los indicadores GUERA de corto y largo plazo.
- Relación de complementariedad entre los indicadores GUERA con los de Liquidez y Solvencia.
- Matriz de evaluación de la Liquidez y Solvencia.

- **Revisión bibliográfica**

Se revisó la literatura relacionada con el tema de fuentes tradicionales como libros de reconocidos autores y artículos de revistas científicas de vanguardia.

- **Clasificar los indicadores GUERA y los de Liquidez y Solvencia**

-

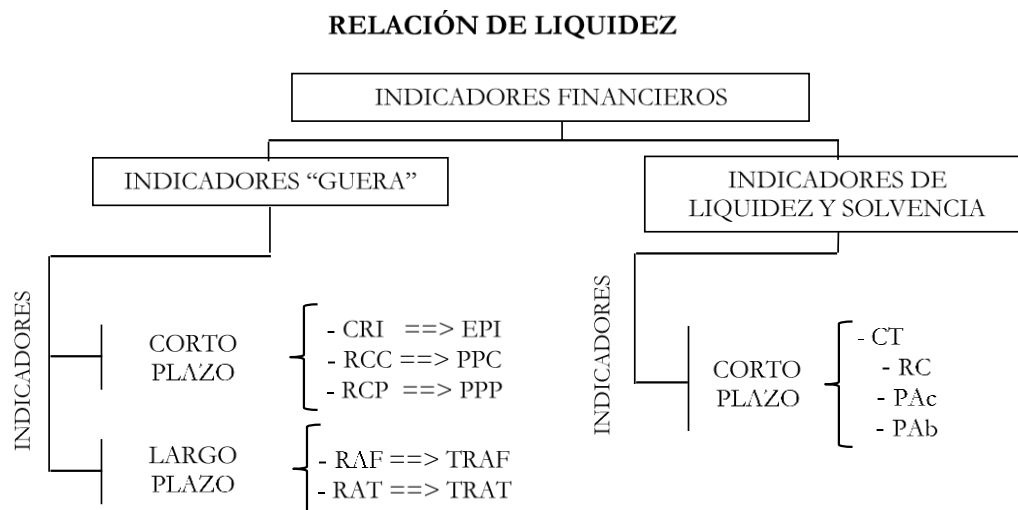


Figura 1. Los Indicadores GUERA y los indicadores de Liquidez.

Fuente: Elaborado por el autor

Como primer paso se procedió a elaborar una clasificación de los indicadores Financieros GUERA en Corto y Largo Plazo y los Indicadores de Liquidez y Solvencia (Figura 1).

La clasificación permite contextualizar cada grupo de indicadores para así poder determinar que los indicadores GUERA de corto plazo se relacionan con los Indicadores de Liquidez y Solvencia que igualmente corresponde al corto plazo. En tal virtud, el enfoque principal de esta investigación propositiva se focalizará en estos dos grupos de indicadores.

- **Revisar la denominación de los indicadores de Liquidez y Solvencia**

Se revisaron varios textos relacionados al tema, y en la mayoría se denomina a estos indicadores como de Liquidez, pero en la definición de los mismos, se alude a la capacidad de pago que tiene una organización; es decir, a la solvencia. Se infiere entonces que los autores usan el término liquidez y solvencia como sinónimos, lo que no resulta muy apropiado. Como se expuso en las definiciones, cada término tiene su significado y una adecuada evaluación mediante análisis financiero requiere aclarar la terminología para emitir una buena interpretación que resulte asertiva para el bienestar de la organización.

Por tanto, basado en la revisión bibliográfica, se encuentra esta ambigüedad que se recomienda modificar, denominando a este grupo de indicadores como de **“Liquidez y Solvencia”** y la interpretación deberá ser independiente, pero al final, con un enfoque integral para tener como elementos de juicio a la hora de tomar decisiones, según se presenta en la matriz interpretativa designada como Tabla 1, recomendada para tal propósito.

Tabla 1. *Matriz para interpretar los indicadores de Liquidez y Solvencia*

<b>Razón corriente o circulante</b>	
Interpretación de Indicador desde la perspectiva de:	
<b>Liquidez</b>	<b>Solvencia</b>
<b>La posición de liquidez</b>	<b>La capacidad de pago</b>
Efectivo disponible en el horizonte de un año para cubrir las obligaciones de corto plazo	Veces que el Activo corriente cubre al Pasivo corriente
<b>Interpretación integral</b>	
Veces que el activo corriente cubre al pasivo corriente (solvencia), pero cuando el valor del Activo corriente se haga efectivo (liquidez), considerando que este suceso ocurrirá en el plazo de un año.	

Fuente: Elaborado por el Autor

La interpretación de este y los demás indicadores de *liquidez y solvencia* se refieren al saldo que mantienen las cuentas corrientes; no obstante, este saldo es producto de una programación; siempre y cuando, la organización sea adecuadamente administrada; es decir, que los valores que aparecen en las cuentas contables, no son fortuitos sino que el administrador financiero los ha proyectado en base a su planeación financiera, así, la cuenta Caja tendrá un saldo de efectivo determinado para cada día, los excedentes en estas cuentas, van a otras cuentas de Activos como Bancos; por ejemplo, o Valores Negociables (inversiones a corto plazo), o a pago de Cuentas por Pagar. Dependiendo de la programación de la Dirección igualmente sucederá con Inventarios y todas las cuentas contables de los Estados Financieros. En la realidad, se espera que el saldo del Activo corriente se cubra más de una vez en el año, principalmente el relacionado a los inventarios, y es allí cuando se requiere de su participación como complemento a los indicadores de liquidez y solvencia

- **Elementos intervinientes en la interpretación de los Indicadores de Liquidez y Solvencia**

La interpretación típica que se hace de los indicadores de Liquidez y Solvencia es muy simple y se resume a *“las veces que el activo corriente cubre al pasivo corriente”*, considerando la *Razón Corriente* (RC) como el mayor representante del grupo, pero no deja claro si esas “veces” que se cubre la deuda de corto plazo es la adecuada o no. Se recomiendan valores no menos de 1,70 o más de 2, como una generalidad.

Es preciso tener presente que este indicador mide las veces que el Activo corriente es capaz de cubrir el Pasivo corriente, si el indicador es 1, entonces quedaría saldada la deuda de corto plazo, y nace la pregunta de ¿cuánto





El Capital de trabajo, fondo de maniobra o colchón financiero es cada décima y centésima adicional al 1 de la razón corriente. Ejemplo: RC = 1,25, significa que la empresa tiene un dólar por cada dólar de deuda de corto plazo y, además cuenta con 0,25 centavos como Capital de Trabajo, Fondo de maniobra (FM) o Colchón financiero (CF).

El valor adecuado de estos elementos va a estar en función del giro del negocio en el que se desarrolla la empresa, considerando que cada sector en el que se forman las empresas tienen comportamientos diferentes, por tanto, el Capital de trabajo deberá estar constituido por un fondo de maniobra o colchón financiero acorde a cada realidad considerando la siguientes reglas:

A mayor incertidumbre, mayor Fondo de maniobra o colchón Financiero

A menor incertidumbre, menor Fondo de maniobra o colchón Financiero

No obstante, es recomendable que en todos los casos la Razón Corriente siempre debe ser igual o mayor a 1. La metodología con respecto a los Indicadores de Liquidez y Solvencia entonces se resume a la utilización del Capital de Trabajo fundamentado en el criterio del Fondo de Maniobra o Colchón Financiero recomendados en base a los niveles de incertidumbre del giro de negocio en el que está inmersa la organización. Desde esta perspectiva se dimensionan los valores recomendados para los indicadores de Liquidez y Solvencia.

**Elementos intervinientes en la interpretación de los indicadores GUERA de corto y largo plazo.**

Los indicadores GUERA miden la velocidad con que las cuentas del Activo corriente se convierten en efectivo basado en los ingresos por ventas, partiendo del Inventario que es la generadora de las Ventas y las Cuentas por Cobrar que se originan cuando las Ventas de las mercancías que conforman el inventario se realiza a plazo.

La herramienta que interviene para aplicar la metodología es el Ciclo Operativo, que resulta de la suma de la Edad Promedio del Inventario (EPI) y el Periodo Promedio de Cobro (PPC). El resultado es el número de días que tardan los activos corrientes claves, en convertirse en efectivo, estos Activos son Inventarios y Cuentas por Cobrar. Además se agrega el indicador Rotación de Capital de Trabajo (RCT) y su complemento en días que ha sido originado en el presente estudio denominado Edad Promedio del Capital de Trabajo (EPCT), que es el tiempo que tarda en rotar todo el grupo contable del Activo Corriente, estos Indicadores ofrecen la idea de las veces y el tiempo que tardarán los Activos corrientes en convertirse en efectivo (Figura 3).

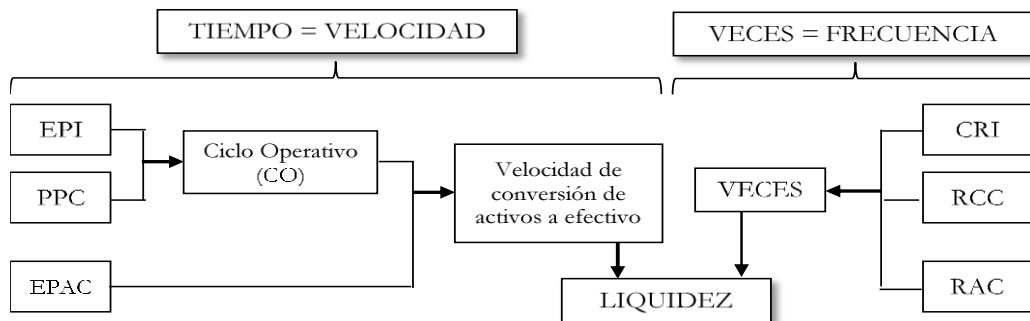


Figura 3. Efecto de los Indicadores GUERA en la Liquidez

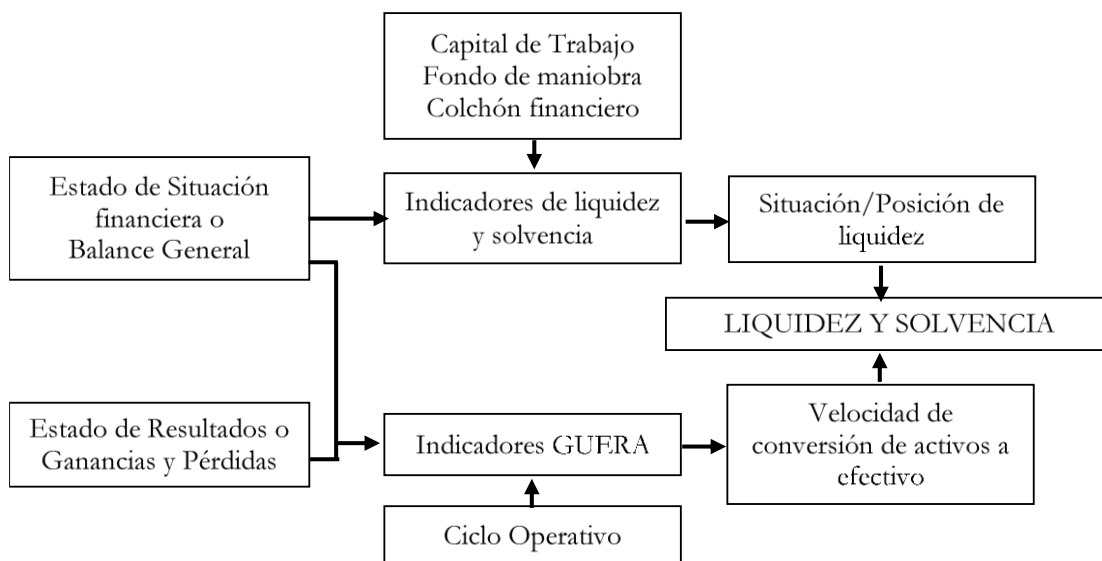
Fuente: Elaborad por el autor

La interpretación se basará en definir las veces que el Activo corriente y sus cuentas más importantes rota en el

año y el tiempo que tardan en hacerlo, para lo cual se tomó la información del CRI y del EPI para los Inventarios; la RCC y el PPC para las cuentas por Cobrar; y, la Rotación del Activo Corriente (RAC) con su complemento denominado Edad Promedio del Activo Corriente (EPAC), implementado en el presente trabajo como novedad. Con estos tres elementos se puede obtener una idea más aproximada de la liquidez de la organización (Figura 3).

**Relación de complementariedad entre los indicadores GUERA con los de Liquidez y Solvencia.**

FLUJO DE LA LIQUIDEZ Y SOLVENCIA



**Figura 4.** Relaciones entre indicadores GUERA e Indicadores de Liquidez y Solvencia

Fuente: Elaborado por el autor.

Luego de considerar los elementos complementarios que permitieron sustentar los valores apropiados tanto para los indicadores de Liquidez y Solvencia como para los indicadores GUERA, se establece la relación entre ellos por medio de un flujo que parte de los orígenes de los indicadores financieros, pasando por los elementos intervinientes que resultaron indispensables para completar su comprensión y dimensionamiento hasta llegar a su efecto en la liquidez y solvencia, dejando claro su protagonismo (Figura 4).

- **Matriz de evaluación de la Liquidez y Solvencia.**

**Tabla 2. Matriz de evaluación de la Liquidez y Solvencia**

Matriz de evaluación de la liquidez y solvencia			
Indicador	Valor	Resultado	Lectura interpretativa
RC =		veces	que el activo corriente rota en el año/que cubre pasivo corriente
FM/CF =		%	porcentaje de FM o CF con que cuenta la organización
RAC =		veces	que el activo corriente rota en el año
EPAC =		días	que tarda en rotar el activo corriente
CO =		días	que el dinero se encuentra inmovilizado en Inventarios y Cuentas por Cobrar
EPI =		días	que tarda en venderse la mercadería

Indicador	Valor	Resultado	Lectura interpretativa
PPC =		días	que tarda en recuperar cartera
CPC =		veces	cobertura de pasivo corriente
PCPC =		días	que las ventas tardan en cubrir el pasivo de corto plazo
<b>Interpretación integrada.</b>			
<b>Observaciones.</b>			
<b>Responsable</b>			

Fuente: Elaborado por el autor.

Todos lo expuesto hasta el momento, ha servido para crear los argumentos necesarios para elaborar la **Matriz de Evaluación de la Liquidez y Solvencia**, que se presenta como Tabla T2, y que se describe a continuación:

La columna “Indicador” registra los indicadores financieros intervinientes para generar el modelo. En la columna “Resultado” se colocarán los resultados de cada indicador participante. En la columna “Lectura Interpretativa” se resumirá el significado de cada indicador interviniente.

Con la información registrada en la *Matriz de Evaluación de la Liquidez y Solvencia* se puede inferir con mayor precisión la Liquidez y Solvencia de una organización. Con estos elementos se puede elaborar un resumen integrando cada uno de los elementos que sirva para la toma de decisiones asertivas (Tabla 2).

### Resultados

Para demostrar la aplicación de la **Matriz de Evaluación de la Liquidez y Solvencia**, se plantea un caso ilustrativo.

La empresa “ILUSTRA S.A.” presenta la siguiente información financiera:

<b>ILUSTRA S.A.</b>			
<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>			
<b>Al 31 de diciembre de 20xx</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
Caja/Bancos	1.000,00	Cuentas por pagar	15.000,00
Valores negociables	2.000,00	Documentos por pagar	6.000,00
Cuentas por Cobrar	5.000,00	Acumulados por pagar	4.000,00
inventarios	20.000,00		
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>28.000,00</b>	<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>25.000,00</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
Propiedad Planta y Equipo	82.000,00	Hipotecas por pagar	50.000,00
<b>Total Activos No Corrientes</b>	<b>82.000,00</b>	<b>Total Pasivos No Corrientes</b>	<b>50.000,00</b>
		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>75.000,00</b>
		<b>PATRIMONIO NETO</b>	
		Capital social	35.000,00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>110.000,00</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>110.000,00</b>

**ILUSTRA S.A.**  
**ESTADO DE RESULTADOS**  
**Al 31 de diciembre de 20xx**

Ingresos por Ventas	250.000,00
Costo de bienes vendidos	200.000,00
Utilidad Bruta	50.000,00
Gastos operacionales	12.500,00
Utilidad operacional	37.500,00

Con la información de los Estados Financieros, se procede a operacionalizar la Matriz ingresando la información para llegar a la interpretación integral.

<b>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LA LIQUIDEZ Y SOLVENCIA</b>			
Indicador	Valor	Resultado	Lectura interpretativa
RC =	1,12	veces	que el activo corriente rota en el año/que cubre pasivo corriente
FM/CF =	0,12	%	porcentaje de FM o CF con que cuenta la organización
RAC =	8,93	veces	que el activo corriente rota en el año
EPAC =	40,32	días	que tarda en rotar el activo corriente
CO =	66	días	que el dinero se encuentra inmovilizado en Inventarios y Cuentas por Cobrar
EPI =	36	días	que tarda en venderse la mercadería
PPC =	30	días	que tarda en recuperar cartera
CPC =	10,00	veces	cobertura de pasivo corriente
PCPC =	36	días	que las ventas tardan en cubrir el pasivo de corto plazo
<b><i>Interpretación integrada.</i></b>			
La empresa tiene una RC de 1,12, que le otorga solvencia, con un Fondo de maniobra de 12%, que resulta suficiente debido a que su Activo corriente rota 8,93 veces en el año, cada 40 días pudiendo cubrir la deuda de corto plazo esas mismas veces. Su CO tarda 66 días en liquidarse, con un EPI de 36 días y un PPC de 30 días, que resulta estar en un nivel racional. La rotación del Pasivo Corriente es de 10 veces al año, esto es, cada 36 días, lo que es altamente favorable, significa que, con las ventas realizadas en el año, se puede pagar hasta 10 veces la deuda de corto plazo. En conclusión, la empresa ILUSTRA S.A., presenta índices de liquidez y solvencia muy satisfactorios.			
<b><i>Observaciones.</i></b>			
<b><i>Responsable</i></b>			
Jose Kennedy Ollague Valarezo GERENTE FINANCIERO			

Se puede apreciar que la organización utilizada para ilustración de la metodología, representa una empresa con una Razón corriente poco superior a 1 (uno), pero que sin embargo, demuestra altos niveles de rotación que avizoran magníficos resultados con poco riesgo de entrar en el umbral de la insolvencia. Esta tranquilidad para el Administrador financiero, se debe a que puede observar los elementos intervinientes adicionales que completan la visión de holgura que goza la organización y podrá tener mejores y más elementos para tomar

decisiones acertadas.

## Conclusiones

Luego de una revisión bibliográfica suficiente, se determinó que los denominados indicadores de Liquidez o solvencia en algunos casos, deben denominarse Indicadores de Liquidez y Solvencia puesto que cada término representa concepciones distintas.

Los indicadores financieros deben considerarse, para una acertada evaluación e interpretación, otros elementos que permitan establecer una medida apropiada para una mayor aproximación a valores que apeguen a la Dirección a una eficiente administración financiera de las organizaciones, otorgando elementos más contundentes para la toma de decisiones en procura de mejores resultados. Para el caso de los indicadores de Liquidez y Solvencia, es indispensable ampliar el horizonte de evaluación y considerar elementos como el giro del negocio para establecer un Fondo de Maniobra o Colchón Financiero a la medida, procurando la mejor posición de la empresa en cuanto a liquidez y solvencia.

Se estableció como indispensable especificar mejor los indicadores GUERA y complementar su interpretación con herramientas que permitan visualizar otras magnitudes como la Liquidez y Solvencia, primero clasificándolos en corto y largo plazo, debido a que cada subgrupo tiene un impacto diferente en la visualización de los elementos sujetos al análisis para lograr claras y mejores interpretaciones que conduzcan a la toma de decisiones efectivas.

Se establece la relación en conjunto de los dos grupos de indicadores financieros que dejan como resultado una herramienta más objetiva para dimensionar la Liquidez y Solvencia, elemento clave en las organizaciones.

Finalmente se propone el uso y aplicación de la **Matriz de Evaluación de la Liquidez y Solvencia** como instrumento clave para contextualizar de manera efectiva los parámetros necesarios para estimar los niveles de Liquidez y Solvencia de las organizaciones de modo que se evite caer en riesgo de insolvencia por problemas de liquidez.

## Referencias bibliográficas

- Bernal-Dominguez, D., & Amat-Salas, O. (mayo-agosto de 2012). Anuario de ratios financieros sectoriales en México para análisis. *Ra Ximhai*, 8(2), 271-286.
- Bernstein, L. (1996). *Análisis de Estados Financieros*. Barcelona: Irwin.
- Block, S., Hirt, G., & Danielsen, B. (2013). *Fundamentos de Administración financiera* (Decimocuarta ed.). México: McGraw-Hill.
- Celaya, R. (2013). *Contabilidad básica. Un enfoque basado en competencias*. México D.F.: Cengage learning.
- Díaz, M. (2012). Inmovilizado: el punto de partida de la liquidez. *Universo contábil*, 8(2), 134-145.
- Fontalvo, T., De la Hoz, E., & Vergara, J. (24 de agosto de 2012). Aplicación de análisis discriminante para evaluar el mejoramiento de los indicadores financieros en las empresas del sector alimento de Barranquilla-Colombia. *Ingeniare. Revista chilena de ingenieros*, 20(3), 320-330.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de Administración financiera* (Decimosegunda ed.). México: Pearson Educación.
- Guajardo, G., & Andrade, N. (2014). *Contabilidad financiera* (Sexta ed.). México D. F.: McGraw-Hill.
- Ibarra, A. (Septiembre de 2006). Una perspectiva sobre la evolución en la utilización de las razones financieras o ratios. *Pensamiento y gestión*(21).
- Linares, S., Farreras, M., Ferrer, J., & Rabaseda, J. (2013). Una nueva ratio sectorial. La ratio de retorno líquido. *Cuadernos de Cimbago*(15), 57-72.
- Lizarzaburu, E. (2014). Análisis del modelo Z de Altman en el mercado peruano. *Universidad & Empresa*, 16(26),

137-154.

Mongrut, S., Alberti, F., Fuenzalida, D., & Akamine, M. (2011). Determinantes de la insolvencia empresarial en el Perú. *Revista Latinoamericana de Administración*(47), 126-139.

Moyer, C., McGuiran, J., & Kretlow, W. (2005). *Administración financiera contemporánea* (novena ed.). Cengage learning.

Nava, M. (20 de Octubre de 2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, año 14(48), 606-628.

Ochoa, G., & Saldívar, R. (2012). *Administración financiera correlacionada con las NIF* (Tercera ed.). México: McGraw-Hill.

Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2012). *Finanzas corporativas* (Novena ed.). México.

Stickney, C., Weil, R., Schipper, K., & Francis, J. (2012). *Contabilidad Financiera* (Primera ed.). Buenos Aires: Cengage Learning.

Van Horne, J., & Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera* (Décimotercera ed.). México: Pearson educación.

Villegas, E. (enero-junio de 2002). Analisis financiero en los agronegocios. *Revista mexicana de agronegocios*, VI(10).

Wild, J., Subramanyam, K., & Halsey, R. (2007). *Análisis de Estados Financieros* (Novena ed.). México.

## Balance de líneas en procesos productivos

**Ángel Manuel Rodrigo Viera Zambrano**

Universidad Técnica de Cotopaxi  
angel.viera@utc.edu.ec

**Henry Anibal Ríos Ríos**

Universidad Técnica de Cotopaxi  
bscrios36@gmail.com

**Galo Fernando Chimborazo Rocha**

Universidad Técnica de Cotopaxi  
ferchoet1993@gmail.com

### Resumen

En la actualidad las empresas enfrentan grandes retos para abastecer de servicios y productos de excelente calidad, lo cual involucra plantear técnicas de mejora que les permita alcanzar el crecimiento organizacional, en la empresa La Picantina se evidenció el siguiente problema: el desconocimiento del balance de líneas de producción de (Salchichas y Salsas), esto ocasiona un bajo nivel de productividad. El objetivo de estudio es, identificar las causas que ocasionan la disminución de la productividad en los procesos de fabricación. Mediante el diagnóstico de balance de líneas, para obtener procesos productivos equilibrados y eficientes. Se utilizó métodos de investigación de campo, además se aplicó los métodos deductivo, histórico, estadístico y descriptivo. Los resultados obtenidos son: la existencia de tareas repetitivas, demoras en las estaciones de trabajo y mala distribución del personal, lo cual genera pérdidas de recursos; con el balance de líneas se propone ajustar los procesos y por ende obtener mejoras en las líneas de producción. Como conclusiones: es importante sustentar la investigación a través de la información bibliográfica, a su vez mediante la adecuada utilización de la metodología y su posterior análisis estableciendo acciones de mejora dentro del proceso productivo, beneficiando de ésta manera a la empresa.

**Palabras claves:** balance de líneas, calidad, crecimiento, producción, procesos.

### Abstract

At present the companies face great challenges to supply services and products of excellent quality, which involves posing improvement techniques that allow them to achieve organizational growth, in the company La Picantina the following problem was evidenced: the lack of knowledge of the balance of lines (Sausages and Sauces), this leads to a low level of productivity. The objective of the study is to identify the causes that cause the decrease of productivity in manufacturing processes. By means of line balance diagnostics, to obtain balanced and efficient production processes. Field research methods were used, in addition to the deductive, historical, statistical and descriptive methods. The results obtained are: the existence of repetitive tasks, delays in the workstations and maldistribution of personnel, which generates losses of resources; With the balance of lines, it is proposed to adjust the processes and thus obtain improvements in the production lines. As conclusions: it is important to support research through bibliographic information, in turn through the appropriate use of methodology and its subsequent analysis establishing improvement actions within the production process, thus benefiting the company.

**Keywords:** balance of lines, quality, growth, production, processes.



## Introducción

La investigación al abordar este problema la empresa mejore sus procesos productivos e incremente la productividad ofertando productos de calidad para ello, los investigadores empleamos el siguiente marco teórico en el cual abarca los conceptos de importancia para el desarrollo del tema. Mediante el correcto diagnóstico de balance de líneas la empresa objeto de estudio se beneficiará en conjunto con los empleados en cuanto que con un sistema de trabajo bien estructurado, jerarquizado y eficiente, las actividades se verá menos forzosas, de igual manera la empresa por mantener un sistema bien ordenado de trabajadores en cada línea de producción, disminuyendo en si tiempos improductivos y actividades innecesarias aprovechando al máximo la mano de obra de todos los empleados, de esta manera ajustando los procesos a través de un método sistematizado se alcanzará la productividad diaria esperada en un tiempo efectivo, de la misma forma los trabajadores ejecutan las actividades sistemáticamente incrementando el nivel productivo, teniendo en cuenta que el balance de líneas es una herramienta importante en las industrias para generar ventajas de competitividad, debido que en su mayoría buscan optimizar tiempos y recursos.

## Producción

La producción es la combinación entre la mano de obra, materia prima y procesos que mediante una secuencial composición de actividades transforman la materia prima a productos terminados. Ruiz (2013) afirma que la producción: “Es la creación de bienes y servicios que se obtiene de la materia prima directa e indirecta que pasa por un estricto proceso de fabricación, garantizando calidad, eficiencia y eficacia en los productos terminados” (p.15).

Es un proceso sistematizado donde se transforma materia prima en productos terminados, involucrando tres actividades básicas que son ingresos de materia prima, procesos de producción y salida del producto terminado, una vez concluido con dicha actividad podemos decir que la producción de un bien está completamente culminada, pero al momento de elaborar dicho bien se involucra varias teorías que se deben estudiar para poder conocer su funcionamiento por medio de las suposiciones existentes.

## Proceso

Un proceso se refiere a una parte cualquiera de una organización que toma insumos y los transforma en productos que según espera tendrá un valor más alto que los insumos originales. Ciertos bienes son el producto del proceso, no obstante el producto de muchos procesos son ciertos servicios, dentro de los procesos encontramos los siguientes tipos:

**Amortiguador:** Se entiende como un espacio de almacenamiento entre etapas, en el cuál se coloca el producto de una etapa antes de que se use en una etapa que se encuentra más adelante. La amortiguación permite que las etapas operen de forma independiente.

**Bloqueo:** Se presenta cuando las actividades de la etapa se deben detener por que el artículo recién terminado no se puede depositar en ningún lugar.

**La privacidad:** Se presenta cuando las actividades de una etapa se deben detener por que no hay trabajo. (Aquilano, 2009, p.166)

### **Tiempo de ciclo**

Al mismo tiempo que el primer producto avanza hacia la siguiente estación, ingresa uno nuevo a la línea y así sucesivamente, una vez la línea se cargó completamente ingresará un nuevo producto y saldrá un nuevo producto y saldrá uno terminado al final, a tiempos constantes, con la misma frecuencia, esta es el tiempo de ciclo. (Fucci, 2014, p.76)

En el proceso de producción se distribuye secuencias de trabajo donde cada producto cuenta con tiempos específicos y procesos, a ello se lo denomina tiempos de ciclo, el producto que cumple con su proceso debe ser retirado para que de paso al siguiente dando por terminado su ciclo de fabricación.

### **Estudio de movimientos**

Es el análisis cuidadoso de los diversos movimientos que efectúa el cuerpo humano al ejecutar un trabajo. Su objeto es eliminar o reducir los movimientos ineficientes y facilitar y acelerar los eficientes. Por medio del estudio de movimientos, el trabajo se lleva a cabo con mayor facilidad y aumenta el índice de producción. (Guzman, 2013, p.24)

Los estudios de movimientos permite identificar cuidadosamente desequilibrios existentes al momento de que una persona realice actividades dentro de su área de trabajo, cabe recalcar que los estudios de movimientos tiene como objetivo principal reducir al máximo las actividades muertas, es decir actividades que se valore como pérdida de tiempo dentro del área de trabajo.

### **Estudio de tiempos y movimientos**

Meyers (citó en Pérez, 2014) indica que el estudio de tiempos y movimientos consiste en el análisis de la situación actual de la empresa, con respecto a los factores que intervienen en el proceso de producción, la distribución de planta, la maquinaria y el equipo utilizados en las líneas de producción, el manejo de materiales, el personal, la duración de las jornadas de trabajo y las condiciones ambientales, ya que debe existir una adecuada combinación de estos factores para lograr una producción eficiente (p.7).

En el estudio de tiempos y movimientos se evalúa sistemáticamente los tiempos establecidos para cada actividad dentro del área de trabajo y los movimientos que se realiza para cumplirlo, esta actividad se realiza con el fin de optimizar los recursos y de por medio definir estándares que involucre el crecimiento de la productividad, el proceso para la medición de tiempos y movimientos empieza desde la evaluación de tiempos, selección del proceso y evaluación del trabajo, una vez realizado los temas expuestos se procede a la aplicación de las herramientas para mejorar falencias identificadas y reajustar procesos o simplemente reemplazarlos por otros.

### **Estudio de tiempos por cronómetro**

El equipo mínimo requerido para llevar a cabo un estudio de tiempos comprende básicamente un cronómetro, un tablero o paleta y una calculadora. Sin embargo, la utilización de herramientas más sofisticadas como las máquinas registradoras de tiempo, las cámaras de video y cinematográficas en combinación con equipo y programas computacionales, se emplean con éxito. Manteniendo algunas ventajas con respecto al cronómetro. (Rodríguez, 2011, p.16)

Para llevar a cabo un estudio de tiempos se requiere de dispositivos tecnológicos tales como dispositivos básicos o cronómetro, un tablero de registro o calculadora, sin embargo, existen herramientas aún más sofisticadas para

registrar tiempos como son cámaras de videos, programas computacionales, entre otras aquellas opciones son más efectivas tomando como referencia al cronómetro.

### **Secuencia de la operación**

Rodríguez (2011) manifiesta que “El supervisor debe clarificar la secuencia de operación y la ruta de desplazamientos, por ejemplo, la secuencia de ensamble de las partes, la carga de partes a una máquina, etc” (p. 15).

Para asignar las secuencias de las operaciones es necesario conocer cada proceso y sus actividades que intervienen, el supervisor del área de producción deberá asignar las secuencias de las operaciones o las rutas de desplazamiento de acuerdo al grado de dificultad que estas presentan, ejemplo para la elaboración de las salchichas y salsas que son los puntos críticos a mejorar se debe basarse mediante la elaboración de diagramas de flujo, siendo la forma adecuada de graficar las secuencias de los procesos y sus tiempos específicos.

### **Puntos críticos**

El cuarto elemento de la operación estándar son los puntos críticos. Con ellos se consigue la calidad, facilidad y seguridad en la operación. Para poder lograr estos resultados se debe considerar el ingenio y la intuición para definirlos. Es importante clarificar los puntos críticos de la operación, para después enseñarla a los operadores y hacer que las respeten, y así poder tener el mismo nivel de habilidad. (Sancho, 2008, p. 95)

Para determinar los puntos críticos es necesario conocer el nivel de eficiencia que la línea de producción posee, para llevar a cabo aquella alternativa y ponerlo en práctica en los procesos se procede a la elaboración de las rutas críticas mediante diagramas de Gantt y gráficas de precedencias, esto permite identificar con exactitud el error, es necesario identificar los puntos críticos del proceso y dar a conocer al personal operativo y hacer que se trabaje para obtener mejoras incrementando el nivel de productividad.

### **Balance de líneas**

El balance o balanceo de línea es una de las herramientas más importantes para el control de la producción, dado que de una línea de fabricación equilibrada depende la optimización de ciertas variables que afectan la productividad de un proceso, variables tales como los son los

El Balanceo de líneas consiste en la agrupación de las actividades secuenciales de trabajo en centros de trabajo, con el fin de lograr el máximo aprovechamiento de la mano de obra y equipo y de esa forma reducir o eliminar el tiempo ocioso. (Auccapure ,2016, p.4)

El balance de líneas permite determinar el número de operarios que se asignan a cada estación de trabajo de la línea de producción para cumplir con una tasa de producción determinada. También permite determinar la eficiencia de la línea, y de esta forma saber qué tan continua es la línea o módulo de producción. (Rodríguez, 2011, p.25)

Establecer una línea de producción balanceada requiere de una juiciosa consecución de datos, aplicación teórica, movimiento de recursos e incluso inversiones económicas. Por ende, vale la pena considerar una serie de condiciones que limitan el alcance de un balanceo de línea, dado que no todo proceso justifica la aplicación de un estudio del equilibrio de los tiempos entre estaciones. Tales condiciones son:

**Cantidad:** El volumen o cantidad de la producción debe ser suficiente para cubrir la preparación de una línea. Es decir, que debe considerarse el costo de preparación de la línea y el ahorro que ella tendría aplicado al volumen proyectado de la producción (teniendo en cuenta la duración que tendrá el proceso).

**Continuidad:** Deben tomarse medidas de gestión que permitan asegurar un aprovisionamiento continuo de materiales, insumos, piezas y sub ensamblés. Así como coordinar la estrategia de mantenimiento que minimice las fallas en los equipos involucrados en el proceso.

**Equilibrio:** Se deben asignar operaciones a cada operador por igual en cuestión de tiempo, esto adquiere decir que no se le dará a un operador más tiempo productivo que otro. Que son los tiempos estándar, en los cuales se tomarán para el balanceo. (Auccapure, 2016afirma, p.1)

El balance de líneas es una herramienta que permite evaluar y analizar los movimientos productivos que se van desarrollando dentro del área de producción de las organizaciones, de esta manera se puede evidenciar la magnitud que engloba la herramienta al momento de ser diagnosticada, es necesario mencionar que al realizar un adecuado seguimiento de procesos se podrá obtener resultados favorables dentro de una área de trabajo, ya que para cada proceso que se va realizando es necesario analizar y evaluar midiendo los riesgos, falencias productivas y tiempos que involucran al adecuado desarrollo en los distintos niveles productivos organizacionales, el balanceo de líneas se enfoca principalmente a alinear las actividades realizadas al mismo ritmo en todas las líneas de trabajo o por lo menos que se compaginen entre sí pero que todas vayan a un ritmo esperado, es decir que no exista desestabilidad en el cumplimiento de tiempos por procesos.

### **Tipos de balance de líneas**

Hay tres tipos de balanceo de línea; el tradicional, el de peso posicional y el heurístico, a continuación, se explica brevemente cada uno. (Alí, 2006)

**Tradicional,** se balancea dependiendo del tiempo de la estación más tardada, la cual marcará el tiempo mayor de tiempo de ciclo por estación.

**Peso posicional,** se saca el tiempo posicional de cada operación y se acomodan en orden descendiente de modo que las de mayor tiempo sean las estaciones que se atiendan primero en el reparto de operaciones.

**Heurístico,** se realiza dependiendo de la cantidad de operadores o de estaciones que se tengan para hacer el balanceo de esa línea.

Estos tres tipos de métodos de balanceo de línea, los cuales se basan en el diagrama PERT. (p.16)

**El método Tradicional,** el cual consiste en balancear o crear estaciones de trabajo en base a la operación o actividad más tardada, sin que ninguna otra estación rebese el tiempo de dicha actividad. (Alí, 2006)

Pasos:

- a. Realizar el diagrama PERT.
- b. Tomar la actividad más tarda.
- c. Agrupar las actividades de acuerdo al tiempo de ciclo (en este caso la actividad más tarda).

### **Método Heurístico**

Este método consiste en trabajar con las condiciones con las que se cuentan, es decir, con el número de operadores disponibles. En este caso se determina el tiempo de ciclo de acuerdo a la división de la sumatoria de todos los tiempos estándar de las operaciones entre el número de operadores. En este método si se puede rebasar el tiempo máximo del tiempo del ciclo. (Alí, 2006)

**Pasos:**

- a. Realizar el diagrama PERT.

- b. Determinar el tiempo de ciclo, el máximo y el mínimo.
- c. Agrupar las actividades de acuerdo a los rangos del tiempo de ciclo.

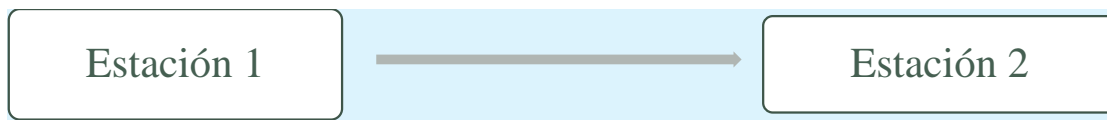
### Método de Peso Posicional

Consiste en hacer una relación entre los tiempos de las actividades secuenciales de acuerdo a su tiempo y al diagrama PERT, el tiempo de ciclo de este método se determina mediante la siguiente relación, Tiempo de ciclo: (Tiempo disponible) / (Producción). En este método no se puede rebasar el tiempo de ciclo. (Alí, 2006)

### Tipos de líneas de ensamble

**Línea serial.** - Las estaciones son colocadas en serie a lo largo de un mecanismo de transporte (banda transportadora), en donde las tareas pasan consecutivamente de una estación a la próxima. Las líneas de ensamble con estaciones de trabajo en serie tienen la desventaja de ser inflexibles cuando se requiere aumentar o disminuir la capacidad de producción de la línea para ajustarse a cambios en demanda y cuando se desea manufacturar otra variedad de productos. (Delchambre, 2016)

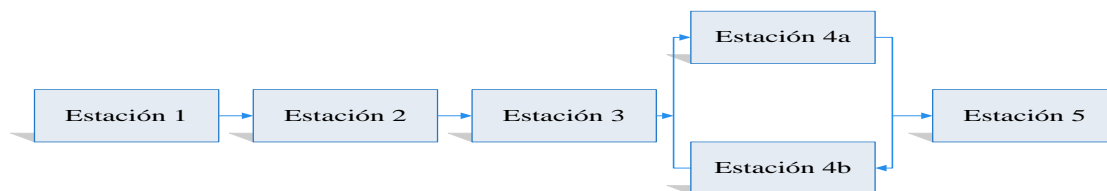
Para la presente investigación se tomó en cuenta los diferentes tipos de investigación de balance de líneas, de tal manera se podrá realizar el diagnostico de manera adecuada enfocándonos al tipo de estudio a realizar, se analizó los diferentes balances de líneas y se eligió el adecuado de acuerdo a la actividad que la empresa objeto de estudio realiza.



**Gráfico 1:** Método de balance de líneas serial

**Fuente:** (DRADÁ, 2013).

**Líneas con estaciones en paralelo.** - Se tiene dos o más estaciones idénticas que realizarán en paralelo las mismas tareas, por tanto, los equipos requeridos para ejecutar las tareas deben instalarse tantas veces como estaciones en paralelo existan en la línea.



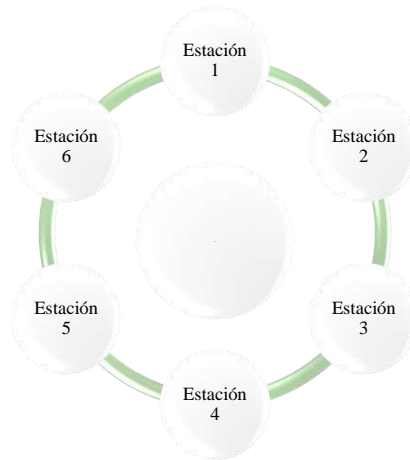
**Gráfico 2:** Método de balance de líneas paralela

**Fuente:** (DRADÁ, 2013)

Las estaciones en paralelo pueden ser usadas para solucionar el problema que se presenta cuando se tienen tareas indivisibles y la duración total es mayor que el tiempo de ciclo, ya que el valor promedio de la duración de la tarea se reduce proporcionalmente al número de estaciones.

**Líneas circulares/cerradas.** - Se puede tener una banda transportadora circular/cerrada que sirva a todas las estaciones, en esta banda las piezas están circulando mientras son tomadas por los operarios que al

terminar de procesar las piezas las colocan de vuelta sobre la banda, excepto el que realiza la última tarea que las deposita fuera de la banda transportadora. (Ali, 2006)

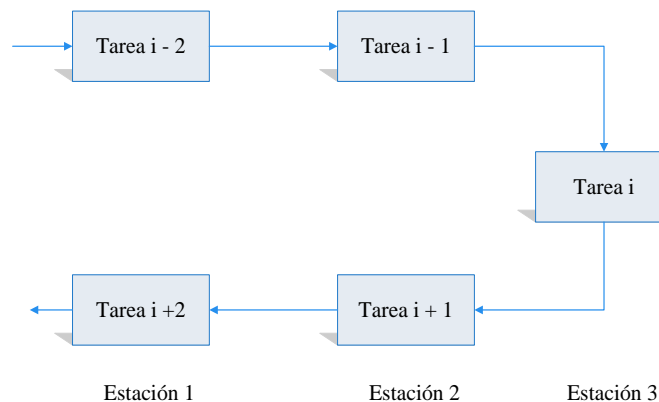


**Gráfico 3:** Método de balance de líneas serial

**Fuente:** (DRADÁ, 2013)

**Línea en forma de U.-** Este tipo de línea tiene la característica de que la primera y la última estación de trabajo están cerca formando una “U”. Este tipo de diseño facilita la comunicación entre los operarios de la línea y la retroalimentación cuando ocurren problemas de calidad. También resulta muy eficiente en aquellos casos donde se requiere la producción de una mezcla de productos con demanda relativamente pequeña de cada uno de ellos. (Ali, 2006)

Las líneas en U son un resultado de la introducción del principio de producción justo-a-tiempo (JIT) dado que esta disposición de las estaciones hace más flexible el sistema de producción, las estaciones pueden trabajar en dos segmentos de la línea de manera que estén de frente una a la otra. Esta configuración puede resultar en un mejor balance para la carga de las estaciones, dado que el número de combinaciones tareas-estación es más grande.



**Gráfico 4:** Método de balance de líneas en forma de U

**Fuente:**(DRADÁ, 2013)

## **Líneas de producción**

Se constituye simplemente en una gran mesa de trabajo, o varias secuenciales en las cuales operan personas o máquinas, las líneas pueden estar constituidas tanto por personas que emplean pequeñas herramientas portátiles (línea de montaje manual) como maquinas totalmente automáticas (líneas automatizadas) o por combinaciones manuales y automáticas. (Fucci, 2014, p.74)

Las líneas de producción son secuencias de actividades que dan lugar a la producción de bienes y servicios determinados. Suponen una combinación determinada de insumos, una cantidad de trabajo, de materias primas y de equipo e instalaciones necesarios para producir un lote de producto en un periodo dado. (Vargas, 2006, p.4) Vargas (como se citó en Arciniega, Pérez, Torres, & Limon , 2014) Las líneas de producción son secuencias de actividades que dan lugar a la producción de bienes y servicios determinados. Suponen una combinación determinada de insumos, una cantidad de trabajo, de materias primas, de equipo e instalaciones necesarios para producir un lote de producto en un período dado. (p.19)

El balanceo de líneas equilibrado permite mantener las actividades de forma directa con respecto a los trabajadores, en si al evaluar los movimientos que se desea realizar en conjunto con los operarios y las máquinas, ya sean manuales o automáticas es necesario conocer los movimientos mediante evaluaciones asignadas a cada operario, porque al hablar de líneas de producción se hace referencia a la distribución de las tareas seleccionadas, que se va desarrollando de forma ordenada en las áreas de trabajo mediante la agrupación de procesos, supervisando las operaciones y actividades que se realiza en los procesos de producción en un determinado tiempo.

## **Estaciones de trabajo**

Esta parte del trabajo puede estar compuesta por una sola tarea o por varias, una vez finalizadas las tareas encargadas a una estación, el producto avanza hacia la siguiente, en la cual se realizará otra serie de tareas con o sin el agregado de partes y así sucesivamente hasta la última estación de la cual saldrá el producto terminado. (Fucci, 2014, p.75)

Son determinados lugares de trabajo dónde una o varias personas realizan sus actividades en un determinado tiempo, para que el producto manipulado prosiga a la siguiente área en el cual será ejecutada de forma ordenada hasta que termine el proceso de fabricación y por ende se obtenga un producto terminado, es necesario reconocer que las estaciones de trabajo están completamente equipadas para que la persona que se encuentre en dicho lugar pueda ejecutar su actividad de forma rápida sin necesidad de perder el tiempo mediante eventualidades interrumpidas, es necesario conocer que las estaciones de trabajo en las empresas de producción los denominan cerradas, por el motivo que solo existe espacio para realizar una sola actividad hasta su término y empezar otra nueva.

## **Metodología de Balance de Líneas**

En el siguiente capítulo:

Se explica detalladamente el orden lógico de la investigación a realizada así mismo se detalla los recursos tecnológicos utilizados, tales como los diferentes softwares y los pasos a seguir para obtener el balance de líneas como se muestra a continuación.

## Sujeto de estudio

La presente investigación se realizó en La ciudad de Latacunga, sector de Bellavista San Buenaventura, su giro principal es la transformación de productos cárnicos en productos terminados, aquella factoría elabora y comercializa salchichas y salsas de tomate, el estudio se realiza a las dos líneas de producción.

## Materiales

Para realizar la investigación se utilizó diferentes instrumentos y materiales los cuales detallamos a continuación.

**Software Visio.** - Se utilizó la presente herramienta para representar los diagramas de flujo de los procesos.

**Cronometro.** - Se utilizó el cronometro para la toma de tiempos de los operarios, se debe mencionar que la toma de tiempos es muy importante, siendo el punto de partida para realizar el estudio de balance de líneas.

**Software Excel.** - En Excel se realizó los cálculos estadísticos pertinentes.

**Tablas de Tolerancias de la OIT.** - Se utilizó la tabla de la Organización Internacional del Trabajo, para identificar elementos que afectan a los operarios al realizar sus actividades, dichos factores se los denominan tolerancias.

**Tablas de factor de la actuación.** – Se utilizó para evaluar cuatro factores determinantes que intervienen en el diagnóstico como son habilidad, esfuerzo, condiciones y consistencia de acuerdo al sistema Westinghouse.

## Procedimientos

Para dar validez a la problemática que se planteó el procedimiento a seguir y de esta manera dar posibles mejoras en las líneas de producción diagnosticadas.

## Identificar las Líneas de producción

En el presente punto, se procede a identificar todas las actividades que interviene en los procesos de las líneas de producción a diagnosticar en la empresa La Picantina, se realizó esta actividad para conocer las distintas operaciones que realizan cada operario en el proceso, para validar dicho proceso se justificó toda la información obtenida para seguir con el procedimiento propuesto, entre la información más relevante se descubrió la capacidad instalada, condiciones de trabajo, herramientas que utilizan, materia prima directa e indirecta, etc.

## Analizar los procesos de las líneas de producción

Luego de describir los pasos anteriores, se conceptualiza las distintas operaciones que interviene en las líneas de producción de salchichas y salsas, es así que se logró comprender detalladamente todo el proceso productivo. En la etapa de análisis de la línea se tomó en cuenta la secuencia que existe en las operaciones, ejemplificando en la matriz de caracterización de procesos, diagramas de flujo, mapa de procesos, cadena de valor, cálculo de ruta crítica, holguras, grafica de procedencias, en el cual se graficó las predecesoras de las operaciones.

## Determinación del número de ciclos a cronometrar

Para realizar el levantamiento de tiempos se tomó cinco muestras, ya que resalta las especificaciones del autor, que manifiesta que si el rango de tiempo supera los cinco minutos se debe realizar cinco lecturas. El levantamiento de tiempos es muy importante para determinar el tiempo elemental, tiempo normal y tiempo estándar. Lo cual se determinó para realizar el balance de líneas.

Método de la Maytag-Company: La Maytag-Company emplea el siguiente

Procedimiento para estimar el número de observaciones necesarias:

1. Toma de lecturas: diez lecturas para ciclos de dos minutos o menos y cinco lecturas para ciclos superiores a dos minutos.



2. Determinación del intervalo R, o sea, el valor máximo H, del estudio de tiempos, menos el valor mínimo L= R=(H-L).

3. Determinación de la media X, o sea, la suma de las lecturas dividida por el número de ellas (5 o 10). Esta media se obtiene aproximadamente dividiendo por dos la suma de los valores mayor y menor, o sea,  $X = (H+L) / 2$ .

4. Determinación de R / X, o sea, el intervalo dividido por la media.

5. Determinación del número de lecturas necesario, según la tabla de la Maytag – Company. Se desciende por la primera columna hasta encontrar el valor de  $\frac{R}{X}$  se sigue horizontalmente hasta hallar el número de lecturas necesario, según el tamaño de la muestra escogida (5 o 10). Para un nivel de confianza del 95% y precisión + 10%, se divide por cuatro el número hallado.

6. Continuación de las lecturas hasta que se alcanza el número de ellas indicado. (Niebel, 2009, p.105)

### Tiempo estándar

Se lo conoce como el tiempo que un operario requiere para ejecutar una actividad, incluyendo factores determinantes adicionales al esfuerzo que involucra para ejecutar dicha tarea. Para calcular el tiempo estándar, primero se debe conocer el tiempo normal, es decir lo que un operario se demora en realizar una actividad sin tomar en cuenta elementos adicionales de trabajo.

Se considera como tiempo estándar al tiempo ya establecido para realizar una actividad, para cualquier eventualidad es necesario comprender que para la aplicación del tiempo estándar en una actividad involucra los métodos o equipos de trabajo, condiciones de trabajo y las habilidades que la persona posee sobre la actividad que va a realizar específicamente. Niebel (2009) afirma:

Al tiempo requerido para un operario totalmente calificado y capacitado, trabajando a paso normal y realizando un esfuerzo promedio para ejecutar la operación se llama tiempo estándar de esa operación.

Para calcular el tiempo estándar, es necesario conocer antes el tiempo normal, el cual se calcula de la siguiente manera: tiempo elemental multiplicarlo por la calificación del desempeño de la actuación que se le dará a cada operación, el resultado dividido entre 100.

$$\text{Tiempo Normal} = \frac{\text{Tiempo Elemental} * \text{Calificacion de actuación.}}{100}$$

Una vez obtenido el tiempo normal, enseguida se calcula el tiempo estándar, considerando las tolerancias necesarias para la realización de cada actividad.

$$\text{Tiempo Estandar} = \text{Tiempo Normal} * (1 + \text{suplemento})$$

Rodríguez (2011) explica a la definición de tiempo de la siguiente manera “Un tiempo estándar es una función de la cantidad de tiempo necesaria para desarrollar una unidad de trabajo, usando equipos y métodos de datos bajo ciertas condiciones de trabajo y por un trabajador que posee habilidad sobre el trabajo”. (p.21)

En primer plano se procede a calcular el tiempo estándar, el cual interviene varios elementos como son tiempo elemental o promedio, calificación de la actuación, tiempo normal y factor tolerancia. Se representa en la siguiente ecuación.

$$\mathbf{TS = Tiempo\ normal * Factor\ Tolerancia}$$

Donde:

**TS**= Tiempo estándar

**TN**= Tiempo normal

**FT**= Factor de tolerancias

Cada elemento antes mencionado, se efectuó de la siguiente manera.

Se detalló el tiempo elemental o promedio, se obtuvo de la suma de todas las lecturas que se realizó en la empresa, en esta operación se determina el tiempo promedio (media) que se debe demorar en ejecutar los procedimientos. Dicha actividad se realizó por separado como se puede observar en cada proceso.

Para calcular el tiempo normal se requiere de los tiempos normales y posterior se multiplica por el factor de la actuación, como se observa en la siguiente fórmula.

$$\mathbf{TN = Tiempo\ elemental * calificación\ de\ la\ actuación}$$

### **Calificación del desempeño del operario**

Debido a que el tiempo real requerido para ejecutar cada elemento del estudio depende en un alto grado de la habilidad y esfuerzo del operario, es necesario ajustar hacia arriba el tiempo normal del operario bueno y hacia abajo el del menos capacitado. Por lo tanto, antes de dejar la estación de trabajo, el analista debe de dar una calificación justa e imparcial al desempeño en el estudio. En un ciclo corto con trabajo repetitivo, es costumbre aplicar una calificación al estudio completo, o una calificación promedio para cada elemento.

La calificación de la actuación es el paso más importante del procedimiento de medición de trabajo, ésta, es una técnica para determinar con equidad el tiempo requerido para que el operario normal ejecute una tarea después de haber registrado los valores observados de la operación en estudio.

Según el sistema el esfuerzo o empeño se define como una "demostración de la voluntad para trabajar con eficiencia". El empeño es representativo de la rapidez con la que se aplica la habilidad, y puede ser en alto grado por el operario. Pueden distinguirse seis clases representativas de rapidez aceptable: deficiente, aceptable, regular, bueno, excelente y excesivo. Al excesivo se le asigna valor de +13% hasta -17%.

Las condiciones a que se ha hecho referencia en este procedimiento de calificación de la actuación, son aquellas que afectan al operario y no a la operación. Las condiciones serán calificadas como normales o promedio cuando las condiciones se evalúan en comparación con la forma en la que se hallan generalmente en la estación de trabajo. Se han enumerado 6 clases generales de condiciones que van desde más 6% hasta menos 7% estas condiciones de estado general se denominan ideales, excelentes, buenas, regulares, aceptables y deficientes.

El último de los cuatro factores es la consistencia del operario. La consistencia del operario debe evaluarse mientras se realiza el estudio. Los valores elementales de tiempo que se repiten constantemente indican consistencia perfecta; hay seis clases de consistencia: perfecta, excelente, buena, regular, aceptable, y deficiente, asignando el valor más 4% a la consistencia perfecta y de menos 4% a la deficiente.

Por lo que el sistema Westinghouse es considerado uno de los más sencillos para la calificación de la actuación del operario, es por tal motivo que fue el sistema que se utilizó para la realización del proyecto

mismo que hace referencia a lo siguiente: En este método se consideran cuatro factores al evaluar la actuación del operario, que son la habilidad, esfuerzo o empeño, condiciones y consistencia. (Niebel, 2009, p.50)

Es necesario mencionar que, para realizar una investigación efectiva, el investigador debe tomar en cuenta elementos que permite evaluar el desempeño y la habilidad del operario que está a cargo de las actividades en cada estación de trabajo, al realizar la investigación se debe ajustar el nivel de operaciones de acuerdo a la capacidad del operario, dando calificaciones justas evaluando la efectividad que el operario demuestra en su trabajo a realizar.

La operación a realizar sobre la calificación del operario depende de la capacidad u experiencia que el individuo demuestra al cumplir sus actividades en cada estación de trabajo, un operario capaz de realizar su trabajo se lo considera como aquella persona que posee la experiencia esperada y que acopla rápidamente a las circunstancias que representa sus actividades diarias.

En el proceso de investigación la calificación de los factores de la actuación son elementos fundamentales en el procedimiento de cotejo de trabajo, por lo que se puede determinar con mayor exactitud el tiempo requerido para que un operario ejecute una actividad de manera oportuna.

Cada uno de los factores de la actuación cumplen un rol específico en el desarrollo de la investigación, la calificación a fijar depende de la habilidad que demuestra el operario al realizar su trabajo, para realizar las calificaciones se toma en cuenta las siguientes alternativas de ponderación de la calificación que son deficiente, aceptable, regular, buena, excelente y extrema. La persona encargada de realizar la investigación, calificará dichos estándares de acuerdo al grado de aceptación que el operador demuestre al realizar sus actividades operativas.

La calificación de la actuación se determinó utilizando el sistema Westinghouse, donde intervienen cuatro elementos como son la destreza, el esfuerzo o empeño con la que se realiza la actividad, las condiciones en las cuales se ejecuta las actividades y la consistencia, aquel proceso se realizó utilizando la tabla de los factores de la actuación Westinghouse, el total de las calificaciones se suma y se añade 1 para obtener el factor de la actuación.

$$\text{Factor de la actuación} = 1 + \text{suma de las calificaciones}$$

#### **Asignación de suplementos**

La adición de un margen o tolerancia al tener en cuenta las numerosas interrupciones, retrasos y movimientos lentos producidos por la fatiga inherente a todo trabajo. Se debe asignar un margen o tolerancia al trabajador para que el estándar resultante sea justo y fácilmente mantenerle por la actuación del trabajador medio a un ritmo normal continuo; las tolerancias se aplican para cubrir tres amplias áreas, que son las demoras personales, la fatiga y los retrasos inevitables.

Las tolerancias se aplican a tres categorías del estudio que son:

Tolerancias aplicables al tiempo total de ciclo. Tolerancias aplicables solo al tiempo de empleo de la máquina.

Tolerancias aplicables al tiempo de esfuerzo. (Niebel, 2009, p.55)

La asignación de suplementos a los operarios que realizan sus actividades de manera interrumpida consiste en dar un margen de tiempo a sus necesidades extras dentro de su jornada de trabajo, existen diversas clases de interrupciones que se debe tomar en cuenta al momento de realizar la presente investigación, tales como tiempos que requiere una persona para realizar sus actividades biológicas, para beber agua, por fatiga y por ultimo

tiempos inesperados, tales como son fallas de la maquinaria que se utiliza en el área de trabajo, interrupciones por reuniones de personal y variaciones en la utilización de los suministros.

Tras realizar el cálculo de factores de la actuación, es indispensable obtener el tiempo por factores tolerancias, para obtener dichas ponderaciones se acudió a la tabla de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), sumando los porcentajes de acuerdo a la observación que se realizó y las condiciones a las que se acogen los empleados. Para realizar el cálculo se utilizó la siguiente ecuación.

$$FT = \frac{100}{(100 - \sum Tol)}$$

En donde:

FT= Factor de tolerancias

$\sum tol$ = Sumatoria de tolerancias

A su término del cálculo del factor tolerancias se procede a obtener el tiempo estándar, para el presente procedimiento se aplica la siguiente fórmula.

$$FT = TN * \left[ \frac{100}{100 - \sum Tol} \right]$$

En donde:

TN= Tiempo normal

$\sum tol$ = Sumatoria de las tolerancias

### Elaborar el diagnóstico de balance de líneas

Para continuar con el estudio de balance de líneas se requiere realizar el cálculo de takt time, sirve para interpretar los tiempos de demora en cada línea de producción, los tiempos de ciclo de cada uno y para calcular el número de trabajadores por estación de trabajo, aquel calculo va de la mano con los cálculos anteriores realizados.

### Takt Time

Es una técnica de control de actividades que permite conocer el tiempo real de un operador al momento de producir una unidad, se utilizó este método en los procesos de producción de la empresa.

El Takt time es el tiempo en el que se debe obtener una unidad de producto. Es un término muy conocido en la manufactura el cual se utiliza para establecer el tiempo que se debe tardar en completar una unidad para cumplir con la demanda. (Ortiz, 2006, p.76)

El tiempo takt time se realizó dividiendo el total en minutos de la jornada de trabajo, sobre el lote de producción emitido por la administración. Para realizar el cálculo se utilizó la siguiente fórmula.

$$\text{Tack time} = \frac{\text{Tiempo disponible}}{\text{Unidades demandadas}}$$

Enseguida se realizó el cálculo del índice de productividad, dividiendo las unidades que se produce en el día, sobre el tiempo disponible de la jornada de trabajo.

$$IP = \frac{\text{Unidades a fabricar}}{\text{Tiempo disponible de un operario}}$$

Luego de realizar el cálculo del índice de productividad, se procede a determinar el número de operarios teóricos necesarios por línea de producción, así mismo la distribución del personal en cada estación de trabajo. Para el número de operarios se aplicó la siguiente fórmula.

### **Determinación del número de operadores para cada operación**

Cada operación o actividad deben contar con los operarios necesarios para la ejecución de los mismos.

Para calcular el número de operadores necesarios para el arranque de la operación se aplica la siguiente fórmula. (Pacheco, 2014)

En donde:

NO= Número de operadores para la línea

IP= Índice de producción También se usa el editor

$$NO = \frac{\text{Tiempo estandar} * \text{Indice de productividad}}{\text{Eficiencia}}$$

En donde:

IP= Índice de productividad

NO= Número de operadores.

Enseguida se determina la capacidad en cada línea de producción de la empresa. Aplicando la siguiente fórmula.

$$CL = \frac{\text{Total de segundos por día} * \text{No. de operadores por operación}}{\text{Tiempo estandar por operación}}$$

Dónde:

CL= Capacidad de la línea

La capacidad de producción es el volumen máximo que una línea de producción genera, mediante la utilización de recursos materiales, humanos y tecnológicos.

### **Importancia del problema**

El bajo nivel de productividad en los procesos productivos dentro de la empresa procesadora de productos cárnicos La Picantina, se dio alternativas de solución al problema utilizando en forma eficiente el balance de líneas para optimizar procesos de producción. El balance de líneas es de carácter trascendental y sustancial para la empresa permitiendo mejorar sus procesos productivos e incrementar la productividad, obteniendo mejor rendimiento de los operarios, al no manejar las herramientas necesarias para complementar el control de la productividad las empresas empiezan a obtener desequilibrios en los procesos, generando tiempos improductivos y retrasos inoportunos, por lo tanto, es necesario realizar un adecuado análisis de balance de líneas como herramienta fundamental que permita optimizar la productividad generando reducción de tiempos y recursos.

La empresa en la actualidad se ve afectada en el cambio de su entorno, por lo cual se ve obligada a cambiar sus procesos productivos, que le permita enfrentar los problemas competitivos para predominar en el mercado, este problema surge por el desconocimiento del balanceo de líneas de producción, mismo que le permite a la industria optimizar la productividad como una oportunidad de mejora mediante el adecuado estudio y aplicación de dicha herramienta; permitiendo así establecer la correcta asignación de actividades a los trabajadores, a su vez eliminar la demora en las estaciones de trabajo en cuanto que ocasiona un bajo rendimiento de las actividades y tiende a que existan tiempos improductivos en las líneas de producción.

### **Metodología**

Basado en el balance de líneas, se siguió la presente metodología tomando en cuenta el enfoque, tipo de investigación, técnicas e instrumentos investigativos.

## Enfoque

**Cualitativo.** – Para la presente investigación se utilizó el enfoque cualitativo, se procedió a estudiar la realidad del problema investigativo, utilizando instrumentos idóneos que son de gran utilidad para la obtención de la información como son la entrevista, observaciones, en las que se detalla teóricamente la realidad de la investigación.

De la misma manera al hacer énfasis sobre la metodología cualitativa, tomando en cuenta que para evaluar el presente enfoque el investigador no requiere de datos estadísticos, sino participa directamente en el lugar de los hechos, precisamente en el escenario recogiendo información vital que puede generar cambios de acuerdo al procedimiento, lo cual involucra formular interrogantes manteniendo un escenario investigativo confiable, sin la necesidad de transformar a variables sino abarcar todo en base a informaciones anteriores y las que están por ocurrir, mediante la investigación cualitativa se pretende dar validez a la investigación que se realiza.

**Cuantitativo.** - Mediante este método se fundamenta medir las variables del proyecto, en cuanto se puede interpretar datos estadísticos a ser analizados.

## Tipos de investigación.

**Investigación descriptiva.** – Se realiza la descripción detallada de los factores que intervienen en la investigación, tomando como referencia instrumentos y teorías de documentos confiables que tengan relación al tema propuesto, por medio de este método se puede analizar de manera efectiva toda la información indagada mediante la aplicación de herramientas como son la ficha de observación “para la toma de tiempos”, diagramas de flujo, entrevista.

## Técnicas de investigación

### Entrevista

Se formuló la entrevista para tener accesibilidad a las instalaciones de la empresa, en aquel instrumento se enunció interrogantes al Gerente de la empresa, misma que se indago información sustancial lo cual nos permitió conocer factores elementales del campo investigativo y de esta manera poder afianzar la perspectiva de la investigación a realizar en todo el proceso hasta su término.

### Observación

En la investigación a efectuar la técnica de la observación es fundamental, ya que se pudo conocer los fenómenos a investigar a su vez nos ayudará a obtener información para desarrollar el proyecto, dentro de la observación se pudo conocer los productos que se elaboran con sus respectivas características, de la misma forma la maquinaria e instrumentos que intervienen en el proceso productivo, también se recorrió la planta de producción, cada área está equipada con la maquinaria necesaria y adecuada para su óptimo funcionamiento.

### Levantamiento de procesos

Consiste en demostrar lo más sistematizado posible la existencia de actividades dentro de una área productiva, en el cuál interviene entradas que son materia prima, procesos y producto final, mediante el levantamiento de procesos productivos de salchichas y salsas, se puede apreciar secuencialmente lo que se hace y como se lo hace, a su vez se puede proponer alternativas de mejora para obtener resultados favorables.

## Instrumentos

**Guion de la entrevista.** - Se aplicó al administrador de la empresa la Picantina.

**Matriz de caracterización de procesos.** - Nos sirve para la obtención de datos cualitativos de la misma manera la matriz de caracterización de elaboración de salsas.

**Ficha de estudio de tiempos.** – Se utilizó la siguiente herramienta para registrar las lecturas de los tiempos de cada línea de producción a evaluar, como son salchichas y salsas respectivamente se tomó 10 lecturas de tiempos mismos que nos sirve para la elaboración del diagnóstico de balance de líneas y sus cálculos.

## Resultados

Luego de haber realizado la investigación, se obtuvo la importancia de la herramienta del balance de líneas que beneficia a los procesos productivos, en cuanto que al analizarlo adecuadamente la empresa alcanzarán mejoras frente a la competencia, a su vez puedan generar beneficios en su entorno organizacional siendo líderes abasteciendo de productos de calidad en el mercado. Dentro de los resultados obtenidos se destacan; la sobre asignación de actividades a los trabajadores esto hace énfasis a que no cumplen con efectividad las tareas establecidas a cada uno de los operarios, a su vez la demora en las estaciones de trabajo ocasiona un bajo rendimiento de las actividades y tiende a que existan tiempos improductivos; Para lo cual se propone la alternativa del reacomodo del personal, en cuanto queda la siguiente distribución del personal operativo en la línea de salchichas, en el proceso de selección y de materia prima interviene 1 persona en molido de materia prima 1 persona, Cutteado de materia prima 2 personas, Embutido 2 persona, Cocción y enfriado del producto terminado 1 persona, Empaque y almacenamiento producto terminado 4 personas mediante el diagnóstico la reubicación del personal por estación de trabajo quedo de esta manera.

De la misma forma en la línea de salsas, Selección de materia prima y cocción 1 persona, Envasado 1 persona, Almacenamiento de producto terminado 1 persona.

Estas reubicaciones permitirán que se genere una mejor productividad y una óptima utilización de los recursos obteniendo resultados favorables para la empresa, el impacto que generó el balance de líneas dentro del proceso productivo es la adecuada optimización de los factores que influyen en cada proceso, teniendo en cuenta que al aplicarlo adecuadamente se evidenciará mejoras en los procesos productivos, la empresa tiende a estabilizar su nivel de producción, rentabilidad e inventarios, de la misma forma los trabajadores ejecutan las actividades sistemáticamente incrementando el nivel productivo, teniendo en cuenta que el balance de líneas es una herramienta importante en las industrias para generar ventaja competitiva, debido que en su mayoría buscan optimizar tiempos y recursos; Al implementar adecuadamente el balance de líneas controla los procesos productivos cumpliendo con los parámetros de mejora constantemente, hasta lograr la efectividad esperada, lo que implica poseer diferencias en el manejo de fabricación innovando a través del tiempo y por ende ofrecer al mercado productos de calidad.

## Conclusiones

La adecuada utilización de la metodología se consiguió identificar las herramientas para el levantamiento de información y su posterior análisis, finalmente se pudo establecer acciones de mejora a las problemáticas identificadas dentro del proceso productivo, mismas que proporcionarán beneficios; Se identificó problemáticas que intervienen al desarrollo productivo, se procedió a evaluar cada proceso de las dos líneas de producción y se analizó que existe la ineficiente distribución del personal, sobreasignación de actividades y tiempos

improductivos mismos que ocasionan pérdida de recursos y la baja productividad, al analizar la factibilidad del balance de líneas la empresa mejorará sus procesos productivos e incrementará la producción de esta manera se estandarizó las actividades que deben realizar los operarios que se ejecutarán en sus respectivas estaciones de trabajo permitiendo así un mejor desenvolvimiento en sus actividades y procesos a ejecutar, a su vez el balance de líneas permite establecer el tiempo estándar al tiempo para realizar cada una de las actividades que van de la mano los métodos o equipos de trabajo, condiciones de trabajo y las habilidades que la persona posee sobre la actividad que va a realizar específicamente.

Así como también determinamos el número necesario de operarios para cumplir con la demanda actual de la empresa, de tal forma que se logre la nivelación y fluidez de las tareas en cada una de las estaciones de trabajo, de tal manera asignar el número exactos de operarios en cada proceso, dando paso a la eliminación de cuellos de botella y tiempos improductivos, se hace importante señalar que para que la distribución de cargas genere un resultado favorable, los operarios deben estar debidamente capacitados y habilitados en las operaciones a realizar, cabe mencionar que para que la empresa pueda obtener cada vez mejores resultados, el acomodo de los operadores en la línea de salchichas integran 4 trabajadores y en la línea de salsas se requiere tan solo un operador para la producción y cumplir con la demanda.

#### Referencias bibliográficas

- Ali, B. C. (2006). Estudio del Trabajo II. Obtenido de <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/8054/1/CB-0478683.pdf>
- Andriani, B. y. (2003). balance de líneas utilizando la herramienta de manufactura esbelta.
- Arciniega Moreno, R. A., Pérez Olguín, J. C., Torres Cantero, J., & Pérez limon, J. O. (2014). Ingeniería de procesos. Obtenido de Ingeniería de procesos.: <https://www.utcj.edu.mx/Publicaciones/Documents/Ingenieri%CC%81a%20de%20Procesos%20Casos%20Pra%CC%81cticos%202014.pdf>
- Auccapure, V. (2016). Academia. Recuperado el Miercoles de Mayo de 2016, de Academia: [https://www.academia.edu/9609135/BALANCEO\\_DE\\_L%CC%8DNEAS\\_O\\_BALANCE\\_DE\\_L%CC%8DNEAS](https://www.academia.edu/9609135/BALANCEO_DE_L%CC%8DNEAS_O_BALANCE_DE_L%CC%8DNEAS)
- Campos, G., & Lule Martínez, N. (2012). La observación un método para el estudio de la realidad. Xihmai, 16. Recuperado el Juevs de Julio de 2016, de La observación un método para el estudio de la realidad: <file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-LaObservacionUnMetodoParaElEstudioDeLaRealidad-3979972.pdf>
- Casas, N. (2010). Teoría de la restricciones. Los cuellos de botellas, 81. Obtenido de <http://www.revista-mm.com/ediciones/rev49/administracion.pdf>
- Chase, R. (2009). Administración de operaciones, producción y cadena de suministros. (J. M. Chacón, Ed.) Mexico, D.F: Duodécima edición. Recuperado el Viernes de Junio de 2016, de [https://www.u-cursos.cl/usuario/b8c892c6139f1d5b9af125a5c6dff4a6/mi\\_blog/r/Administracion\\_de\\_Operaciones\\_-\\_Completo.pdf](https://www.u-cursos.cl/usuario/b8c892c6139f1d5b9af125a5c6dff4a6/mi_blog/r/Administracion_de_Operaciones_-_Completo.pdf)
- Delchambre, R. &. (2016). PROBLEMA DE BALANCE DE LÍNEA CON MÚLTIPLES LÍNEAS. Obtenido de <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/8054/1/CB-0478683.pdf>
- DRADÁ, J. D. (2013). PROBLEMA DE BALANCE DE LÍNEA CON MÚLTIPLES LÍNEAS EN. Obtenido de <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/8054/1/CB-0478683.pdf>
- Fucci, T. (2014). Línea de montaje- Balanceo. Revista Electrónica de Departamento de Ciencias Sociales UNLu, 90.



García, A. y. (2004). Obtenido de [http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no74/21.-\\_balanceo\\_de\\_lineas\\_utilizando\\_herramientas\\_de\\_manufactura\\_esbelta.pdf](http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no74/21.-_balanceo_de_lineas_utilizando_herramientas_de_manufactura_esbelta.pdf)

Garzon, A. (Diciembre de 2010). Aplicación de la programación dinámica para resolver el problema simple de balanceo de línea de ensamble. *Scientia et Technica*, 6. Obtenido de Balanceo de línea de ensamble.: <https://www.google.com.ec/search?site=&source=hp&q=APLICACION+DE+LA+PROGRAMACION+DINAMICA+PARA+RESOLVER+EL+PROBLEMA+SIMPLE+DE+BALANCEO+DE+LINEA+DE+ENSAMBLE.&oq=APLICACION+DE+LA+PROGRAMACION+DINAMICA+PARA+RESOLVER+EL+PROBLEMA+>

Gracia, Criollo, R. (2005). *Estudio del trabajo : ingeniería de métodos y medición del trabajo*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.

Guzman, N. (2013). Estudio de metodos y tiempos de la línea de producción. Recuperado el Sabado de Junio de 2016, de Estudio de metodos y tiempos de la línea de producción.: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/4017/658542A478.pdf;jsessionid=9A58DFAC45C350943C54047BFF4DA235?sequence=1>

Jacobs , R. (2009). *Administracion de operaciones*. Obtenido de [https://www.u-cursos.cl/usuario/b8c892c6139f1d5b9af125a5c6dff4a6/mi\\_blog/r/Administracion\\_de\\_Operaciones\\_-\\_Completo.pdf](https://www.u-cursos.cl/usuario/b8c892c6139f1d5b9af125a5c6dff4a6/mi_blog/r/Administracion_de_Operaciones_-_Completo.pdf)

KAUFMAN. (2003). Balanceo de líneas utilizando herramientas de manufactura esbelta.

Kosky, B. K. (2009). Balanceo de líneas utilizando herramientas de manufactura esbelta.

López, I. B. (2016). Balance de líneas. Obtenido de <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/produccion/balances-de-lineas/>

Manene, L. (28 de Julio de 2011). Los diagrama de flujo. Obtenido de Los diagram de flujo: [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/lic/AE/EA/AM/07/Los\\_diagramas.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AE/EA/AM/07/Los_diagramas.pdf)

Medina, J. (2007). *Modelo integral de productividad*. (J. A. Caicedo, Ed.) Bogota, D.C: Fondo de publicaciones. Recuperado el Sabado de Julio de 2016, de Modelo integral de productividad.: <http://www.usergioarboleda.edu.co/wp-content/uploads/2015/01/ModeloProductividad.pdf>

MEYERS. (2000). Balanceo de líneas utilizando herramientas de manufactura esbelta.

Montes Saldoval , G., & Vidal Portilla , L. (2014). *Implantacion del modelo Kanvan en una industria textil*. Obtenido de <http://www.uacj.mx/DGDCDC/SP/Documents/avances/Documents/2006/Avances%20141.%20Montes,%20Vidal.pdf>

Muñoz. (2009). Balanceo de líneas utilizando herramientas de manufactura esbelta.

Niebel, B. (2009). *Ingeniería Industrial Métodos Estándares y Diseño del Trabajo*. Mexico: Ricardo A. del Bosque Alayón. Obtenido de <https://app.box.com/s/51zhgtez0t7ifryzwhrz>

Ortiz, C. (2006). *Designing, Constructing, and Managing a Lean, Assembly Line*. Toronto: CRC Press. Obtenido de <https://www.amazon.com/Kaizen-Assembly-Designing-Constructing-Managing/dp/0849371872>

Pacheco, M. C. (julio de 2014). *balance de líneas en una empresa*.

Paz , R., & Gomez , D. (2012). Obtenido de [http://nulan.mdp.edu.ar/1607/1/02\\_productividad\\_competitividad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf)

Pérez Olguín, I. J. (2014). *Ingenieria en procesos y operaciones industriales*. Recuperado el 18 de 07 de 2016, de <https://www.utcj.edu.mx/Publicaciones/Documents/Ingenieri%CC%81a%20de%20Procesos%20Casos%20Pra%CC%81cticos%202014.pdf>

Plazola , W. (s.f.).

Plazola, W. (25 de Junio de 2013). Administración y otros propósitos. Obtenido de Administración y otros propósitos.: <https://walkerplazola.blogspot.com/2013/06/matriz-de-ponderacion.html>

Rodriguez, C. (2011). Balanceo de líneas de producción. Obtenido de Balanceo de líneas de producción.: <http://www.uteq.edu.mx/IPOI/010.pdf>

Ruiz, R. (2013). Administración de la producción.(F. U. eumed.net, Ed.) Obtenido de Administración de la producción.: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/1321.pdf>

Sancho, Frias, J. A. (2008). Implantación de productos y servicios . Malaga : Vértice .

Treviño Cubero, A. (Octubre de 2002). Balanceo de líneas de producción. Revista El Buzón de Pacioli, 22. Obtenido de Balanceo de líneas de producción.: <http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1020149199.PDF>

Vargas. (2006). Líneas de producción . El buzón de pacioli, 3,4. Obtenido de [http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no74/21.-\\_balanceo\\_de\\_lineas\\_utilizando\\_herramientas\\_de\\_manufactura\\_esbelta.pdf](http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no74/21.-_balanceo_de_lineas_utilizando_herramientas_de_manufactura_esbelta.pdf)

## Anexos



**Anexo 1:** Área de proceso de Salchichas.

**Fuente:** Procesadora de productos cárnicos La Picantina.

**Elaborado por:** Investigadores

**Anexo 4:** Proceso de Elaboración de Salsa.



**Fuente:** Procesadora de productos cárnicos La Picantina.  
**Elaborado por:** Investigadores.

**Anexo 3:** Entrevista dirigida al gerente de la empresa La Picantina.

**Universidad Técnica de Cotopaxi.**

**Objetivo**

Los fines de este presente cuestionario tiene como principal objetivo identificar los factores asociados que intervienen en el proceso productivo, a su vez nos servirá para determinar cómo se relaciona las actividades realizadas internamente en cada proceso de la empresa, de esta manera se podrá establecer con mayor efectividad el diagnostico planteado en la investigación a realizar.

La información obtenida se manejará de forma confidencial ya que su aplicación es únicamente para fines académicos.

1. ¿Cuál es el giro principal de la empresa?.....  
.....

2. ¿Cuántas personas trabajan en el área de producción?.....  
.....

3. ¿Existe algún modelo de control que garantice la efectividad en la producción?.....  
.....

4. ¿Cuántas líneas de producción existe dentro de la empresa?.....  
.....

5. ¿Existe desperfectos en los productos, indique que clase de desperfectos se identifica?.....

.....  
.....  
6. ¿Existe un control adecuado en la producción. Indique cómo lo hacen?.

.....  
.....  
7. ¿Se maneja estándares de calidad en los procesos productivos?.

.....  
.....  
8. ¿La maquinaria utilizada en los procesos productivos es la adecuada?.

.....  
.....  
9. ¿Se maneja tiempos y movimientos en los procesos productivos?.

.....  
.....  
10. ¿Al existir cuellos de botellas en la producción. Cómo lo solucionan?.

.....  
.....  
11. ¿Se maneja un orden cronológico en los procesos productivos?.

.....  
.....  
12. ¿Considera que en el área de producción existe pérdidas de tiempos o más conocidos como tiempos improductivos?.

.....  
.....  
13. ¿Los operarios del área de producción están completamente capacitados para cumplir con su función?.

.....  
.....  
14. ¿Considera que se debería adquirir maquinaria para incrementar aún más la producción?.

.....  
.....  
15. ¿Los procesos productivos cumplen con las expectativas de los altos mandos, generando resultados esperados?.

# CAPÍTULO X

## CLIMA ORGANIZACIONAL



## Incidencia del clima organizacional en la motivación laboral

**Remigio Antonio Vázquez López**

Universidad Católica de Cuenca  
rvazquezl@ucacue.edu.ec

**Flor Isabel Salazar Vázquez**

Universidad Católica de Cuenca  
fisalazarv@ucacue.edu.ec

**Jorge Herminio González Urgiles**

Universidad Católica de Cuenca  
jhgonzalezu@gmail.com

### Resumen

El presente trabajo, estudia la incidencia del clima organizacional, en la motivación laboral en la Universidad Católica de Cuenca, extensión: La Troncal; además, describe cuáles son las dimensiones que inciden significativamente, en el clima organizacional y cuáles son los factores que afectan al nivel de la motivación laboral en los catedráticos y funcionarios de la institución. Este estudio se considera: correlacional, descriptivo, no experimental y transversal. Del análisis de los resultados obtenidos, el diagnóstico individual de los dos constructos, determinó que: la percepción que los empleados tienen del clima organizacional es aceptable, lo que se constituye en una fortaleza para la institución; y en cuanto a la motivación laboral se considera que es relativamente importante. Se verificó además, la existencia de una correlación débil entre el clima organizacional y la motivación laboral, no existiendo entonces, una relación directamente proporcional entre ellos, concluyéndose que el clima organizacional no tiene incidencia significativa en la motivación laboral.

**Palabras clave:** Clima organizacional, Motivación laboral, Extensión Universitaria.

### Abstract

The present paper analyzes the incidence of the organizational environment, in labor motivation in the Catholic University of Cuenca, extension La Troncal; also, describes what dimensions affect the organizational climate significantly, and what are the factors that affect the level of labor motivation of government employees. This study is considered: Correlational, descriptive, non-experimental and transverse. From the analysis of the results obtained, the two constructs individual diagnosis, determined that: the staff perception of organizational climate is acceptable, what constitutes a strength for the institution; and as regards labor motivation is considered relatively important. It was also verified the existence of a weak correlation between the organizational climate and the labor motivation, not existing then, a directly proportional relation between them, concluding that the organizational climate does not have significant incidence in the labor motivation.

**Keywords:** Organizational climate, work motivation, College extension.

### Introducción

La vigencia de la Constitución de la República, en el 2008, y la posterior emisión de la Ley Orgánica de Educación superior (2010), han gestado un ambiente complejo, plagado de cambios, que afectan a la estructura misma del sistema de educación superior, con la perspectiva de que la universidad ecuatoriana sea más: eficiente, eficaz y que brinde educación de calidad.

En este contexto, la extensión de la Universidad Católica de Cuenca que funciona desde 1990, en el Cantón La Troncal Provincia del Cañar, se ha visto avocada a implementar una serie de cambios para alcanzar los puntajes requeridos, en los diferentes criterios e indicadores del modelo de evaluación y acreditación, emitido por el Consejo de Acreditación y Aseguramiento de la calidad de la Educación Superior (CEAACES) para mantenerse vigente en el mercado educativo local, lo que ha provocado que la organización tenga que ir ajustando su gestión administrativa y concretamente la gestión del talento humano a las nuevas exigencias, en el que juega un papel preponderante, tanto el clima organizacional, como la motivación laboral (Palma, 2000).

Si bien actualmente estos dos constructos, han sido materia de vasta discusión teórica, pero no es menos cierto, que en el caso particular de las empresas ecuatorianas, según el estudio publicado por Great Place To Work Institute Ecuador (2010), muy pocas se preocupan por mejorar el ambiente laboral, en suma no le dan la importancia que realmente tiene, como herramienta para apalancar el desempeño laboral, en la búsqueda incesante, de la eficiencia y la productividad del talento humano.

Resulta pertinente, entonces medir el clima organizacional y sus dimensiones, con la finalidad de determinar, los factores que inciden significativamente en la percepción, que los docentes y funcionarios, tienen de la institución universitaria; así como también, diagnosticar los principales factores motivadores, como herramienta válida y adecuada, para la correcta toma de decisiones, en la búsqueda del mejoramiento del desempeño del talento humano.

En referencia a lo expuesto, se busca determinar la incidencia del clima organizacional, en la motivación laboral, de extensión universitaria en el cantón La Troncal, para lo que necesariamente se estudió por separado: tanto los factores que gravitan significativamente en el clima organizacional, como los factores que influyen en el nivel de motivación laboral; para posteriormente establecer la relación que existe: entre el clima organizacional y la motivación laboral, como insumos para la obtención de los resultados y conclusiones.

### **Marco Teórico**

#### **Clima organizacional**

Históricamente la construcción del concepto, nace con la investigación de clima social de Lewin y sus colaboradores, en la década de los treinta (Lewin, 1951; Lewin, Lippitt & White, 1939; (Salgado, Remeseiro, & Iglesias, 1996).

Alvares (1992) realizó un análisis cronológico del concepto y de entre los autores más relevantes cita a: Francis Cornell (1955) que aporta el término “percepciones” dentro de la acepción de clima, como una combinación que permite entender la posición de las personas en su trabajo (Ganga, Piñones, & Saavedra, 2015).

Se menciona también el aporte de Sells (1960) quien afirmó que, el medio interno influye en el comportamiento de los individuos y que estas influencias dependen de la percepción del individuo y de su aceptación de las restricciones sociales y culturales (Gomez C., 2004).

A partir de la década del sesenta se desarrolla abundante información científica sobre este constructo, por tanto precisar una definición única, se torna una tarea compleja, por tratarse de un concepto multidimensional (Rodríguez, 2005), que abarca muchas aristas del convivir empresarial; ya que está formado por una serie de factores internos (Corichi, Hernández, & García, 2015), que definen un conjunto de características particulares de una institución o empresa, que van moldeando el comportamiento de las personas, y que afectan positiva o

negativamente su desempeño.

Forehand y Gilmer (1964) definió al clima como el conjunto de características permanentes que describen una organización, la distinguen de otra, e influyen en el comportamiento de las que la forman (García M. , 2009).

Pace (1968), vio al clima organizacional, como un patrón de características organizativas con relación a la calidad del ambiente interno de la institución, el cual es percibido por sus miembros e influye directamente en sus actitudes (Vargas, 2010).

Cabe también citar el aporte de Cambell, Dunnette, LawlerWeick (1971) describían al clima como un conjunto de atributos específicos de una organización particular, sostienen además, que el clima para el miembro individual de la organización, toma la forma de un conjunto de actividades y expectativas que describen a la organización y las percepciones que los individuos tienen, son elementos críticos del clima, el que es considerado como una variable situacional o efecto principal (Gomez C. , 2004).

Rousseau (1988) y Schneider &Reichers citados por Chiang, Botelo, & Huerta (2008) consideraban que el clima organizacional está compuesto por las descripciones individuales del marco social o contextual del cual forma parte la persona, son percepciones compartidas de políticas, prácticas y procedimientos organizacionales, tanto formales como informales.

Por lo referido, autores como Toro (1996), explicaban que hay un importante consenso, entre analistas e investigadores, para definirlo como la percepción o representación que las personas derivan de las realidades laborales en las que están ubicadas (Cornell, 1955; Gibson, 1984; Alvarez, 1992).

Chiavenato (2000) así mismo de la consolidación de los conceptos de varios autores, argumentaba que el clima organizacional puede ser definido como las cualidades o propiedades del ambiente laboral que son percibidas o experimentadas por los miembros de la organización y que además tienen influencia directa en los comportamientos de los empleados (García M. , 2009). Brunet (2002) en cambio definió al clima organizacional como: “las actitudes subyacentes a los valores, a las normas a los sentimientos de los empleados tienen ante su organización” (Hernández, Mendez, & Contreras, 2014, pág. 232).

Gonçalves (2000) consideró al clima organizacional: como la percepción del trabajador, involucra por tanto a la estructura y procesos que ocurren en un medio laboral; y comprender el concepto hay que entender entonces, que el clima se refiere a las características del medio ambiente de trabajo; que son percibidas por los trabajadores, que se desempeñan en ese medio ambiente y afectan al comportamiento laboral (Mujica & Perez, 2007).

El aporte de McKnight y Wester (2001) también considera al clima organizacional como las percepciones compartidas por los empleados sobre las prácticas y procedimientos de la empresa o institución, incluyendo que conductas son esperadas y recompensadas (Hernández, Mendez, & Contreras, Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia, 2014).

Cabe destacar, el trabajo realizado por García (2009) que del análisis de varios autores, manifestó que: el clima organizacional es la percepción y apreciación de los empleados con relación a los siguientes aspectos: el estructural que tiene relación con procesos y procedimientos, las relaciones entre las personas y el ambiente físico: como la infraestructura y elementos de trabajo, los que afectan las relaciones e inciden en el



comportamiento de los empleados, y por tanto, modifican el desarrollo productivo de su trabajo y de la organización.

De la misma manera, Vega, Arévalo, Sandoval, Aguilar, & Giraldo (2006) de la revisión de 168 documentos, entre ellos : tesis, artículos científicos y libros; llegan a la conclusión , que la definición más utilizada, en una muestra de 83 estudios, es la de Litwin y Stringer (1968), que menciona que : “ el clima organizacional atañe a los efectos subjetivos percibidos del sistema formal y del estilo de los administradores, así como de otros factores ambientales sobre las actitudes, creencias, valores y motivaciones de las personas que trabajan en una organización”.

Como se observa, la evolución del concepto todavía no termina, pero se reconoce que existe coincidencia entre la mayoría de los autores citados en que: el clima organizacional involucra la percepción que los empleados tienen del medio donde ellos laboran, y que esta experimentación afecta positiva o negativamente su desempeño laboral.

### **Dimensiones del clima organizacional**

Múltiples elementos conforman un clima, el mismo que es muy particular a cada organización, donde prevalecen sus propias características, que son la personalidad de la empresa e influye en el comportamiento de los individuos en el trabajo (Caligiore & Diaz, 2003).

Esta serie de elementos o dimensiones, han sido materia de discusión por parte de muchos autores y como era de esperarse no existe consenso entre ellos, cabe mencionar entonces la propuesta de algunos de ellos:

- Litwin y Stinger (1978) proponía nueve dimensiones: Estructura, Responsabilidad, Recompensa, Desafío, Relaciones, Cooperación, Estándares, Conflictos e Identidad (García, Hernández, Navarete, Alejandra, & Germán, 2014).
- Moos (1974) plantea diez dimensiones: Compromiso, Cohesión, Apoyo, Autonomía, Organización, Presión, Claridad, Control, Innovación, y Comodidad (García, Hernández, Navarete, Alejandra, & Germán, 2014).

Patterson et al (2005) propusieron las siguientes dimensiones: Bienestar de los empleados. Autonomía, Participación, Comunicación, Énfasis en el entrenamiento, Integración, Apoyo de la Supervisión, Formalización, Tradición, Flexibilidad, Innovación, Foco en lo exterior, Reflexión, Claridad, Esfuerzo, Eficiencia, Calidad, Presión por producir, Retroalimentación del desempeño (Reinoso & Araneda, 2007).

Esta investigación considera, el trabajo de (Chiang, Botelo, & Huerta, 2008) que a partir de una adaptación del aporte de Koys& Decottis, (1991) definió ocho dimensiones del clima organizacional: autonomía, cohesión, confianza, presión, apoyo, reconocimiento, equidad e innovación.

### **Motivación Laboral**

Steers, Porter, & Bigley (2003) conceptualizaban a la motivación, como la fuerza que energiza, dirige y canaliza la conducta humana (Ancona, Camacho, & Garcia-muñoz, 2012). Entonces la motivación laboral es el nivel de esfuerzo que las personas están dispuestas a realizar en su trabajo (Boada, Tous, Ester & Vigil, 1998; Boada, 1999; Boada, 2001) (Boada & Arguello, 2004).

Hay que considerar que esa disposición, para el trabajo, surge como respuesta a un incentivo detonante que provoca esa actitud, como se observa en los aportes que se exponen a continuación: Koenes (1996) exponía que

“La motivación humana se define como un estado emocional que se genera en una persona como consecuencia de la influencia que ejercen determinados motivos en su comportamiento” (Chaparro, 2006, pág. 10).

La motivación es un interés que promueve la acción, la satisfacción en una consecuencia afectiva de la complacencia o desagrado (Toro, 1996). Según Roussel (2000) la motivación es una característica de la psicología humana que contribuye al grado de compromiso de la persona; es un proceso que ocasiona, activa, orienta, dinamiza y mantiene el comportamiento de los individuos hacia la realización de objetivos esperados. (Ramirez, Abreu, & Badii, 2008).

En cuanto a la motivación, estrictamente laboral, se puede exponer el aporte de: Steers, Porter, y Bigley (2003) que consideraba que la motivación laboral no solo induce a los empleados a tomar acción, sino que además influye la forma, dirección, intensidad, y duración del comportamiento o conducta (Ancona, Camacho, & Garcia-muñoz, 2012).

Uno de los referentes teóricos sobre motivación es Maslow, que establece una jerarquía de cinco necesidades: Fisiológicas, de seguridad, sociales, de reconocimiento y de autorrealización (Chaparro, 2006) . Desde el punto de vista práctico, la aceptación de esta teoría, permite identificar el nivel de motivación de cada sujeto y atender sus necesidades en función del nivel en que se encuentren (Navarro, 2008).

Herzberg (1954) sostenía que la motivación se deriva de dos conjuntos de factores independientes y específicos: factores de higiene, asociados con los sentimientos negativos o de insatisfacción, y los factores motivadores se asociaba con las experiencias satisfactorias que los empleados experimentaban y que tendían a atribuir a los contenido de sus puestos de trabajo (Manso, 2002).

Los factores de higiene, son los elementos ambientales, que únicamente sirven para prevenir la insatisfacción, y tienen muy poco efecto sobre las actitudes laborales positivas, Herzberg (1954) entre ellos están: el salario y otras recompensas, condiciones de trabajo adecuadas, seguridad, etc.; en cambio los factores que si pueden motivar al empleado surgen de fuentes internas y de las oportunidades que proporcione el trabajo, para la realización personal, las realizaciones que admiten sentir orgullo y reconocimiento, las responsabilidades, etc. En este sentido los factores ambientales desfavorables solo causan insatisfacción, y aunque estos sean favorables los empleados no van encontrar motivación en ellos (Apuy, 2008).

Considerando la similitud entre Maslow y Herzberg, se podría encuadrar las dos teorías, entonces los factores higiénicos de Herzberg abarcarían las necesidades fisiológicas, de seguridad y sociales de la teoría Maslow, que son las responsables de la insatisfacción; mientras los factores motivacionales se relacionarían con las necesidades de reconocimiento y autorrealización; que se refieren a promoción, desarrollo y éxito profesional y son las que generan satisfacción.

### **Relación del clima organizacional con la motivación**

Según Toro (1996), el clima organizacional regula el compromiso, la motivación, la satisfacción, el desempeño de las personas en el trabajo y la productividad de la empresa, no como agente causal directo pero sí como una realidad ambiental facilitadora o restrictiva y en algunos casos paralizante.

Entonces si el clima organizacional que se conceptualiza, como las características del medio ambiente laboral, percibidas directa o indirectamente por los miembros de la organización (Vega, Arévalo, Sandoval, Aguilar, & Giraldo, 2006), solo pueden causar insatisfacción, como asevero Herzberg (2003, pág. 3) que los “factores

ambientales, mal manejados, vuelven desdichada a la gente y ciertamente son causa de desmotivación. Pero, incluso si se manejan en forma genial, no motivan a nadie a trabajar más duro o de forma más inteligente”.

### **Importancia del Problema**

El clima organizacional y la motivación laboral son temas que no pierden actualidad, más aun en países en los cuales, no se les ha dado la importancia que tienen, para el desarrollo empresarial; es incuestionable que la información que se generó, con la investigación, constituye una herramienta relevante, para la retroalimentación de los procesos administrativos, con la perspectiva de influir positivamente en el rendimiento de los empleados.

Es de resaltar que para la extensión de la Universidad Católica de Cuenca, contar con el diagnóstico del clima organizacional y la motivación laboral, permite tener un conocimiento cabal de cómo ven los catedráticos y funcionarios, el ambiente de trabajo y cuál es el impacto de esta percepción, en la satisfacción y en la insatisfacción laboral, Lo que revierte a esta investigación de singular importancia.

### **Metodología**

Para la recolección de la información se aplicó la encuesta al total de catedráticos y funcionarios de la extensión, conformado por 30 personas; este instrumento estaba compuesto de 76 ítems, dividido en tres partes, el primero para recabar datos demográfico organizacionales (11 ítems), el segundo, para determinar el clima organizacional, que evaluó 8 dimensiones, (40 ítems), y el tercero para medir la motivación laboral, que consideró 5 factores motivaciones (25 ítems). Los cuestionarios fueron entregados, la segunda semana del mes de septiembre de 2016, de forma personal, se explicó las instrucciones y se absolvió dudas; las encuestas fueron receptadas, la tercera semana del mismo mes.

La herramienta para medir el clima organizacional de la extensión universitaria Católica del Cantón La Troncal, proviene de la traducción y adaptación del Instrumento de Medida Koys & Decottis (1991) realizado por Chiang, Botelo, & Huerta, (2008), contempla ocho dimensiones: Autonomía, Cohesión, Confianza, Presión, Apoyo, Reconocimiento, Equidad e Innovación.

El cuestionario de clima organizacional, los catedráticos y funcionarios, respondieron a cada elemento, utilizando un formato de respuesta tipo Likert de cinco alternativas: totalmente en desacuerdo, parcialmente en desacuerdo, neutral, parcialmente de acuerdo y totalmente de acuerdo, la misma escala, fue utilizada para el cuestionario de motivación.

Para la obtención de una calificación global del clima organizacional se aplicó la formula siguiente:

$$CO = \frac{\sum Pi}{PME} * 100$$

En donde Pi, representa la sumatoria de las puntuaciones de los ítems, y PME la máxima puntuación esperada (Rosero, Bermúdez, Gómez, García, & Reyes, 2012). Así mismo para la cualificación de los datos cuantitativos se consideró una adaptación de la escala utilizada por Goyes (2012), que para calificaciones cuantitativas de 0 a 39 se consideran como pésimo, de 40 a 59 malo, de 60 a 69 regular, de 70 a 79 aceptable, de 80 a 99 bueno y de 100 excelente; en donde las cualificaciones de regular bueno y excelente se considera como una fortaleza de la organización (de 70 a 100) y las de regular malo y pésimo como una debilidad (menos de 69).

Para la medición de la motivación laboral se aplicó una herramienta, que recoge la clasificación de las necesidades de Maslow, y la teoría Bi-factorial de Herzberg, considerando la relación que existe, entre las dos teorías, para lo que se usó, una adaptación del cuestionario MbMde Marshall Sashkin (1996) que justamente se basa, en las teorías clásicas, sobre la motivación de Maslow y Herzberg.

Se definió, una valoración de cada pregunta del cuestionario de 1 a 5, que da un valor total mínimo de 5 y un máximo de 25 puntos por cada ítem, se asume que las puntuaciones altas de 20 o más, indican que son muy importantes, entre 15 y 19 puntos indican que son relativamente importantes, entre 10 y 14 puntos, que son escasamente importantes y una, por debajo de 10, muestra que no son en absoluto importantes (Sashkin, 1996).

Para determinar la validez y confiabilidad de los instrumentos, se utilizó, el coeficiente Alfa de Cronbach. Sus valores oscilan entre 0 y 1, se considera que existe una buena consistencia, cuando el valor de alfa supera el 0,7 (Arribas, 2004), el mismo que aplicado al cuestionario destinado a medir el clima organizacional nos dio como resultado un coeficiente de 0,939, mientras que el instrumento para medir la motivación laboral, nos dio un índice de: 0,837; lo que significa que estos instrumentos tienen fiabilidad.

La codificación y tabulación de los datos se realizó a través del paquete estadístico SPSS 22 y la hoja de cálculo a Excel, datos que fueron analizados utilizando, estadística descriptiva, frecuencias absolutas y relativas, así como las medias, desviaciones estándar y la correlación para los diferentes ítems y variables.

La muestra estaba compuesta por el 72,7 % de hombres y el 27,3 % de mujeres, el 36,4 % está en el rango de edad de más de 46 años, el 40,9% entre los 36 y 45 años y el 22,7 % entre 26 y 35. La muestra incluyó 68,2 % que laboran a tiempo completo y el 31,8 % a medio tiempo. Referente a la antigüedad en el trabajo destaca que el 40,9 % laboran en la extensión entre tres y cinco años, el 31,8 % más de diez años, luego con idéntico porcentaje de 13,6% los que trabajan de seis a diez años y menos de tres años. A la muestra se incluyeron, 18,2% de directivos, el 63,6% de docentes y el 18,2 de administrativos, de los cuales el 72,7 % son casados y el 27,3 solteros, todas estas características expuestas, le dieron la consistencia requerida a la muestra.

Para el análisis de las correlaciones se consideró la siguiente escala: 0.00 = No existe correlación alguna entre las variable,+/- 0.10 = Correlación muy débil, +0.25 = Correlación débil,+/-0.50 = Correlación media, +/-0.75 = Correlación considerable, +/-0.90 = Correlación muy fuerte, +/- 1.00 = Correlación perfecta (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

## Resultados

La valoración de las diferentes dimensiones del clima organizacional del extensión universitaria de La Troncal, se presenta en la Tabla 1, en donde resalta la dimensión confianza, que presenta el valor más significativo de participación, con un 14,40 %, de la valoración total del constructo; así mismo tiene participación porcentual considerable, la dimensión: apoyo con un porcentaje de 13,94 %; y autonomía con un 13,48%. La dimensión presión es la que más baja incidencia con un 9,38%.

Cabe destacar que todas las dimensiones presentan una considerable dispersión de los datos, como se aprecia en la tabla 1, en donde prevalece la dimensión reconocimiento, con una desviación estándar de 4,07 y la variable equidad con una dispersión de 3,98 lo que se puede además reafirmar con los altos rangos que presentan las variables, en donde prevalecen: equidad con 15 cohesión con 14, considerando que el recorrido total de la variable, es de 20.

**Tabla 1.** Distribución de las dimensiones del Clima Organizacional UCACUE La Troncal

	Rango	Media	Participación porcentual	Desviación estándar
<b>Autonomía</b>	11,00	21,50	13,48	2,46
<b>Cohesión</b>	14,00	18,50	11,60	3,04
<b>Confianza</b>	9,00	22,95	14,40	2,52
<b>Presión</b>	12,00	14,95	9,38	3,43
<b>Apoyo</b>	13,00	22,23	13,94	3,80
<b>Reconocimiento</b>	13,00	18,14	11,37	4,07
<b>Equidad</b>	15,00	20,23	12,69	3,98
<b>Innovación</b>	13,00	20,95	13,14	3,86

La Tabla 2 muestra las valoraciones obtenidas de cada uno de los factores, que miden la Motivación laboral en la extensión universitaria de La Troncal, en la que se ve reflejada una participación porcentual similar de cada uno de los factores que definen la motivación, tanto es así, que de las necesidades fisiológicas que presente la más alta incidencia (20,92) a las necesidades sociales y de protección (18,22) tan solo hay una diferencia de 2,7 puntos porcentuales.

Del análisis de las desviaciones estándar de los factores motivacionales, se concluye que los datos están distribuidos de forma menos dispersa, con relación a las dimensiones del clima organizacional, pues la dispersión promedio es de 3,11, en cambio la media de dispersión del clima es de 3,39. El análisis del rango de los dos constructos, también corrobora la afirmación que los factores motivacionales tienen menor dispersión, que las dimensiones del clima organizacional.

**Tabla 2.** Distribución de los factores motivacionales, de la Universidad Católica de Cuenca en La Troncal.

	Rango	Media	Participación porcentual	Desviación estándar
<b>Fisiológicas</b>	9,00	20,77	20,92	2,89
<b>Protección</b>	8,00	20,68	20,82	2,42
<b>Sociales</b>	12,00	18,09	18,22	3,07
<b>Autoestima</b>	15,00	19,91	20,05	3,64
<b>Autorrealización</b>	14,00	19,86	20,00	3,55

Para el análisis de las correlaciones, se utilizó las pruebas estadísticas bivariadas de Pearson, que tiene como objetivo medir la fuerza o grado de asociación entre dos variables aleatorias (Restrepo & Gonzalez, 2007), para lo que mediante la utilización del programa estadístico informático SPSS, se emparejo las ocho dimensiones del clima organizacional y obtuvieron las correlaciones que se detallan en la Tabla 3, que demuestra una irregular correlación entre las diferentes dimensiones, es así, que por un lado, aprecian correlaciones significativas, como en el caso de apoyo y confianza con un coeficiente de 0,956, innovación confianza con 0,863, apoyo e innovación con 0,763; y por otro lado se presentan correlaciones negativas como en el caso de: autonomía presión con un coeficiente de -0,16, presión y equidad con un -0,13 y apoyo y presión con una correlación de -0,10.

**Tabla 3.** Correlaciones de Pearson de las dimensiones del clima organizacional de la Universidad Católica de

Cuenca en La Troncal

	Autonomía	Cohesión	Confianza	Presión	Apoyo	Reconocimiento	Equidad	Innovación
Autonomía	1,00	0,36	0,19	-0,16	0,20	0,09	0,36	0,19
Cohesión	0,36	1,00	0,26	0,36	0,22	0,40	0,35	0,445*
Confianza	0,19	0,26	1,00	-0,16	0,956**	0,651**	0,744**	0,863**
Presión	-0,16	0,36	-0,16	1,00	-0,10	0,30	-0,13	0,00
Apoyo	0,20	0,22	0,956**	-0,10	1,00	0,674**	0,736**	0,763**
Reconocimiento	0,09	0,40	0,651**	0,30	0,674**	1,00	0,724**	0,612**
Equidad	0,36	0,35	0,744**	-0,13	0,736**	0,724**	1,00	0,742**
Innovación	0,19	0,445*	0,863**	0,00	0,763**	0,612**	0,742**	1,00

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

\*\*.. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En cuanto a la motivación laboral (Tabla 4), sus correlaciones presentan marcada irregularidad, por un lado correlaciones nulas y casi nulas entre las necesidades fisiológicas, con todos los demás aspectos motivacionales. De la misma forma las necesidades de protección y sociales arrojan coeficientes, que denotan correlaciones débiles e incluso nulas, con relación a las demás variables del constructo.

Lo que si llama la atención en cambio es la correlación estadísticamente significativa que existe exclusivamente, entre los factores de autoestima, y autorrealización, con un coeficiente de 0,748, contrastando incluso con las correlaciones débiles y nulas que presentan, estos mismos factores, con los demás componentes de la motivación laboral en la extensión universitaria.

**Tabla 4.** Correlaciones de Pearson de los factores motivacionales de la Universidad Católica de Cuenca en La Troncal.

	Fisiológicas	Protección	Sociales	Autoestima	Autorrealización
Fisiológicas	1,00	-0,12	-0,02	0,29	0,32
Protección	-0,12	1,00	0,15	0,03	-0,07
Sociales	-0,02	0,15	1,00	0,21	0,10
Autoestima	0,29	0,03	0,21	1,00	0,748**
Autorrealización	0,32	-0,07	0,10	0,748**	1,00

Del análisis cruzado de las variables que conforman el clima organizacional y las que forman la motivación (Tabla 5), se evidencio que existe una relación estadísticamente débil y casi nula, entre los factores que componen estos dos constructos; podría mencionarse la correlación entre los factores fisiológicos y las dimensiones confianza(coeficiente de correlación=0,587), apoyo (coeficiente de correlación=0,649), equidad (coeficiente de correlación=0,609) e innovación(coeficiente de correlación=0,519), que todas maneras no pasan de ser correlaciones estadísticamente débiles.

**Tabla 5.** Correlación entre el clima organizacional y los factores motivacionales de la Universidad Católica de Cuenca en La Troncal.

	Autonomía	Cohesión	Confianza	Presión	Apoyo	Reconocimiento	Equidad	Innovación
Fisiológicas	0,451*	0,22	0,587**	-0,14	0,649**	0,37	0,609**	0,519*
Protección	0,24	0,503*	0,19	0,39	0,05	0,31	0,33	0,473*
Sociales	-0,06	-0,29	0,01	0,03	-0,04	-0,17	0,01	0,00

<b>Autoestima</b>	0,09	-0,09	0,42	-0,01	0,41	0,37	0,426*	0,437*
<b>Autorrealización</b>	-0,12	0,15	0,39	0,16	0,37	0,472*	0,36	0,34
<b>*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).</b>								
<b>**.. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).</b>								

La tabla 6, expresa la relación total que existe entre el clima organizacional y la motivación laboral de la Universidad Católica de Cuenca Extensión la Troncal, que evidencio la existencia de una correlación estadísticamente no significativa entre estos dos constructos.

**Tabla 6.** Correlación total entre el clima organizacional y los factores motivacionales de la Universidad Católica de Cuenca en La Troncal.

	<b>Clima</b>	<b>Motivación</b>
<b>Clima</b>	1	0,579**
<b>Motivación</b>	0,579**	1
<b>**.. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).</b>		

### Discusión

La Extensión Universitaria Católica de La Troncal, presenta una calificación global del clima organizacional, de 79,56%, porcentaje que evidencia que la percepción que los empleados es aceptable acorde a la tabla utilizada por Goyes (2012).

Si bien todos las dimensiones tienen aportes medios significativos en la percepción global del clima, de parte de los catedráticos y funcionarios de la extensión, la dimensión confianza, presenta el aporte porcentual mayor, con 14,40 %, de la valoración total del constructo; así mismo le sigue en importancia la dimensión: apoyo con un porcentaje de 13,94 %; y autonomía con un 13,48%. Cabe destacar que la dimensión presión, es la de más baja incidencia con un 9,38%.

Se aprecia también que existe un considerable grado de dispersión de todas las variables materia del análisis, que se debe principalmente a que la encuesta se aplicó tanto a: catedráticos, directivos y administrativos, que tienen diferente apreciación del clima, lo que da consistencia a la información recolectada, y alimentan la apreciación global del clima, que incluye las opiniones de los diferentes grupos del objeto de investigación.

Del diagnóstico de la motivación laboral, existe una participación porcentual similar de cada uno de los factores en la valoración del constructo, existiendo una diferencia de apenas 2,7 puntos porcentuales entre el más significativo y el de menor significancia. De todas formas, los factores fisiológicos, presentan, la más alta incidencia (20,92), seguido muy de cerca por los de protección (20,82); que se explica por la alta valoración que las personas han dado a los sueldos que reciben, los aspectos de infraestructura y equipamiento del lugar de trabajo, la estabilidad en el cargo, lo que le garantiza ingresos regulares, una jubilación y sobre todo contar con el aseguramiento social, que incluye incluso a los miembros de su familia.

En referencia a la relación que existe entre el clima organizacional y la motivación laboral, la extensión universitaria, se presenta una correlación de 0,579, que se la puede categorizar como una relación positiva no significativa.

De la valoración del clima organizacional se obtuvo una puntuación promedio de 19,93/25 y la motivación laboral de 19,86/25, si bien tienen puntuaciones medias similares no se puede aseverar que el clima tenga

importancia significativa en la motivación laboral.

Por lo mencionado se concuerda con lo expuesto por Toro (2002) que el clima organizacional es una variable independiente en relación con la motivación y el compromiso; el clima regula la motivación, si bien existe una aceptable correlación entre los dos constructos, no se puede afirmar que este tenga una incidencia significativamente importante en la motivación de los catedráticos y funcionarios de la Extensión Universitaria Católica en La Troncal, pero si se daría por aceptado que el clima regula la motivación.

### **Conclusiones**

El clima organizacional que se percibe en la universidad Católica de Cuenca Extensión La Troncal es aceptable, lo cual constituye una fortaleza de la entidad.

Las dimensiones que aportan más significativamente a la valoración total del clima organizacional son: confianza, con un 14,40 %, apoyo con un porcentaje de 13,94 %; y autonomía con un 13,48%, las que son determinantes para que el clima sea considerado como una fortaleza de la entidad.

La dimensión presión es la que más baja incidencia tiene en el clima organizacional de la organización con un 9,38%.

La motivación laboral, al ser porcentualmente menor, que el clima organizacional, ratifica que sus dimensiones no actúan como factores motivacionales, dicho de otra manera que el clima organizacional, no genera satisfacción laboral, pero si insatisfacción.

Los datos del clima organizacional tienen un considerable grado de dispersión (desviación estándar promedio es 3,39), debido a las respuestas opuestas de los diferentes grupos encuestados, en cambio los datos de la motivación laboral presenta menor grado (Desviación estándar promedio de 3,11) relativo de dispersión.

Si bien existe una correlación media positiva entre los dos constructos, se concluye que el clima organizacional no es determinante en la motivación, que más bien la motivación depende de otros factores como la auto-realización personal, el afán de reconocimiento, mayor responsabilidad y promoción, que son distintos a los definen el clima organizacional. Coincidiendo con lo manifestado por Herzberg (2003) y Toro (1996) que los factores higiénicos, si bien son importantes, su presencia no causan satisfacción o motivación, pero su ausencia si causan insatisfacción.

La limitación que se enfrentó, durante la realización de la presente investigación, fue la irregular colaboración de parte de los encuestados, para responder la encuesta, que dilato el proceso de recolección de la información.

Para futuras investigaciones se recomienda ampliar el objeto de estudio a todos los catedráticos y funcionarios de la Universidad (Matriz y Extensiones), para tener una visión global de los constructos y su relación, y tener más elementos de juicio, para la correcta toma decisiones por parte de los administradores.

### **Referencias Bibliográficas**

Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. Rosero, Richard, y otros. (2012). Diversitas: Perspectivas en Psicología, págs. 267-284.  
Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción. Navarro, Elena.



(2008). *Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización*, págs. 1917-1927.

Buen Clima Laboral, una tarea pendiente. *Great Place To Work*. (2010). *Diario Hoy*. 15 de noviembre de 2010.

Clima organizacional en la Universidad del Valle, documento de trabajo diagnóstico. Universidad del Valle. Goyes, Juan. (2012). <http://gicuv.univalle.edu.co>.

Clima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio. Caligiore, Irene y Díaz, Juan. (2003) *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 8. N° 24, págs. 60-64.

Clima Organizacional y Productividad. Toro, Fernando. (1996). *Temas de administración*, págs. 66-72.

Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas) Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos. Chiang, María, Botelo, Mauricio y Huerta, Patricia: Núñez, Antonio (2008). *Revista Universum* N: 23 Vol.2, págs. 66-85.

Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. Salgado, Jesús, Remesciro, Carlos y Iglesias, Mar. (1996). *Psicothema*, págs. 329-335.

Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. García, Mónica (2009). *Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / No. 42*, págs. 43-61.

Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. Ganga, Francisco, Piñones, María y Saavedra, Lorena (2015) *FENOPINAONLINE*.

Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia. Hernández, Roberto, Méndez, Sergio y Contreras, Ricardo (2014). *Contaduría y administración* 59 (1), págs. 229-257.

De Pearson a Spearman. Restrepo, Luis y González, Julián. (2007) *Revista Colombiana de Ciencias*, págs. 183-192.

Diagnóstico Organizacional. Rodríguez, Darío. (2005). Buenos Aires: Editorial Alfa omega.

Diseño y validación de cuestionarios. Arribas, Martín (2004) *Matronas Profesión* 2004; vol. 5(17), págs. 23-29.

Diseño y validación de un modelo de medición del clima basado en percepciones y expectativas. Reinoso, Hernaldo y Araneda, Blas (2007). *Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre*, pág. 42.

Diseño, construcción y validación de un instrumento que evalúa clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al ítem. Gómez, Carlos (2004). *Acta colombiana de psicología*, págs. 97-113.

El burnout y las manifestaciones psicosomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. Boada, Joan, Vallejo, Raúl y Arguello, Esteban (2004) *Psicothema, Revista Anual de Psicología* págs. 125-131.

El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Corichi, Alejandra, Hernández, Tirso y García, María (2015). <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>.

El Constructo "Clima Organizacional": Concepto, teorías, Acciones Investigación y Resultados Relevantes. Álvarez, G. (1992). *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*.

El Cuestionario MbMGestión por motivación. Sashkin, Marshall. 1996.

El Legado de Frederick Irving Herzberg. Manso, Juan (2002) *Revista Universidad EAFIT*, págs. 80-87.

Elementos de los modelos determinantes del clima organizacional. García, María, y otros (2014). 28, *EuropeanScientificJournal*, Vol. 10, págs. 107-122.

Factores del Clima Organizacional que influyen en la Satisfacción Laboral del Personal de Enfermería, en el Servicio de Emergencias del Hospital San Rafael de Alajuela, Junio- noviembre. Apuy, Lorena. (2008). San José, Costa Rica: s.n.

Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad. Mujica, Marialida y Pérez, Isabel. (2007). *Revista de Educación*, Año 13, Número 24, págs. 290-304.

La Motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tubería de acero. Ramirez, R., Abreu, J. y Badii, M. (2008). Daena: International Journal of Good Conscience, págs. 143-148.

La Teoría de la Motivación-Higiene. Herzberg, Frederick. (1954). s.l. :Untref Virtual.

Ley Orgánica de Servicio Público. Asamblea Nacional (2010). Quito Ecuador: Registro Oficial.

Metodología de la investigación. Hernández, Roberto, Fernández, Carlos y Baptista, Pilar. (2006). México D.F. McGraw Hill.

Motivación laboral en empleados administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Ancona, María, Camacho, Manuela y García-muñoz, Cecilia (2012). Revista internacional de administración y finanzas, págs. 121-134.

Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas públicas y privadas). Chaparro, Leovany (2006). Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, págs. 7-32.

Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias. Palma, Sonia. (2000). Revista de Investigación en Psicología, págs. 11-21.

Panorama sobre estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). Vega, Diana, y otros. (2006). Revista DIVERSITA-perspectivas en psicología, volumen 2, págs. 329-349.

Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). Vega, Diana, y otros. (2006). Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2, No. 2, págs. 429-349.

Propuesta de mejoramiento del clima laboral de la Alcaldía de Santa rosa del Cabal. Vargas, Jhon. (2010). Proyecto para optar el título de Magister en Administración del Desarrollo Humano y Organizacional. Pereira, Colombia: s.n., 2010.

Una vez más: como motivar a sus empleados. Herzberg, Frederick. (2003). Harvard Business Review, págs. 3-11.

Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation. Patterson, Malcolm, y otros. (2005). Journal of Organizational Behavior, págs. 379-408.

## Estudio del clima organizacional en latinus e-professional business

**Msc. María Claudia Rivas Vinuesa**  
Universidad Espíritu Santo Ecuador  
Maclau.rivas@gmail.com

**Cecilia Alexandra Portalanza Chavarría**  
Universidad Espíritu Santo.  
Aportalanza@uees.edu.ec

**Msc. Teresa López Mendoza**  
Universidad Espíritu Santo – Ecuador.  
Tlopezm@uees.edu.ec

### Resumen

El clima organizacional desde hace algunas décadas, ha sido evaluado en pequeñas y grandes empresas por su importante influencia en el cumplimiento de objetivos y mejoras en la producción. En el presente estudio, se realiza el análisis del clima organizacional de una PYME, Latinus e-professional business, una de tantas de este tipo de empresas que se han constituido en el eje fundamental de varias economías actuales. A través de la revisión de la literatura se estudia el clima organizacional, sus orígenes, conceptos y factores que inciden en el comportamiento de las organizaciones; se determina a través de un estudio empírico con la aplicación del instrumento ECO, los factores que más inciden en el Clima Organizacional de Latinus e-professional business, sedes Quito y Guayaquil. Como resultado se obtuvo que el factor con mayor incidencia en Quito es el de confort físico y el control ejercido por los jefes y la organización, mientras que en Guayaquil sus trabajadores se sienten menos controlados y más satisfechos con su trabajo.

**Palabras claves:** Clima Organizacional, empresa, factores, empleados, PYME.

### Abstract

Since several decades ago, the organizational climate has been evaluated in small and large companies regarding its significant influence in order to fulfill objectives and improve production. The current study is analyzing it through a “small to medium growing company” named “Latinus e-professional business”, such as many that have turned in the central axis of current economies. The revision of literature about the matter makes possible to study its origins, concepts, and factors that have an effect in the behavior of organizations. Besides, across an empiric analysis with the “ECO” tool and Likert scale, in this work has been possible to determine the most important factors that have a major effect in the organizational climate of Latinus e-professional business in Quito and Guayaquil. As a result, factors with most influence in Quito are comfort, order and bosses’ control; while in Guayaquil the company workers feel less control and more satisfied with their jobs.

**Keywords:** Organizational climate, enterprise, factors, employees, SME.

### Introducción

Las organizaciones que apuntan liderar el mercado se encuentran en una continua búsqueda de la excelencia, en un ambiente altamente competitivo, es por esto que lograr ventajas ya sea de tipo estructural, tecnológico pero principalmente del recurso humano es básico y vital. No se debe perder la perspectiva de que la organizaciones están formadas por personas, quienes hacen posible el logro de los resultados, no obstante para alcanzar resultados de calidad, los trabajadores de la empresa deben sentirse motivados y esto solo se lo consigue con un buen clima laboral.

Al ser el talento humano, el recurso más valioso en las empresas, que buscan liderar el mercado, es de vital importancia, la adopción de medidas que contribuyan de forma más efectiva al desempeño del equipo de trabajo, logrando resultados en el menor tiempo posible (Chiavenato, 2009).

Las PYMES surgen en respuesta a la crisis económica mundial existente en las décadas de los 70's y 80's. Las familias y grupos no familiares iniciaron micro negocios, que luego pasaron a ser pequeñas y medianas empresas, donde las características principales fueron la innovación, el emprendimiento, la creación de fuentes de trabajo, adaptabilidad y la sostenibilidad (Cardozo, Velásquez, & Rodríguez, 2012).

Estas empresas se han constituido en el eje fundamental del crecimiento económico de países en desarrollo, con su alta contribución a la generación de empleo, se han convertido en proveedoras de bienes y servicios de grandes empresas públicas y privadas (Singh & Garg, 2010).

En Latinoamérica, pequeñas y medianas empresas, se proyectan con amplias posibilidades de crecimiento debido a que sus características les permiten adaptarse a diferentes entornos económicos y sociales, por lo que tanto gobiernos como organismos multinacionales están invirtiendo dinero y esfuerzos para fomentar su expansión (Amézquita, 2007).

En Ecuador, las Pymes son el grupo de pequeñas y medianas empresas, que de acuerdo a la cantidad de empleados, ventas, capital y productividad, conservan rasgos económicos muy particulares. Se dedican a diferentes actividades relacionadas con la logística, sector inmobiliario, servicios varios, agricultura, manufactura, comercio y construcción (Servicio de Rentas Internas, 2010).

No obstante, a pesar de ser un importante grupo generador de riqueza, sus problemas de subsistencia en el largo plazo son múltiples, siendo el común la falta de objetivos y políticas claras, alineados a su misión y visión, un plan a largo plazo con metas preestablecidas para el incremento de la productividad y la generación de utilidades, un enfoque permanente en la capacitación de su capital humano y en su bienestar (Zazueta, Ledezma, Rodríguez, & Valenzuela, 2014).

En las pequeñas empresas, dado su tamaño, por lo general se tiende a manejar de manera informal a sus colaboradores, sin una gestión del recurso humano que genere un ambiente de bienestar como son: la capacitación, el apoyo, el reconocimiento, la comunicación, la equidad, entre otros, razón por la cual en este tipo de empresas existe una alta rotación y deserción del personal, sin considerar que la satisfacción laboral en el capital humano es la que provee de ventajas competitivas y altos niveles de productividad (Elizondo, Armenteros, & Molina, 2014).

Las relaciones humanas son parte fundamental del clima organizacional, las mismas que inciden en la satisfacción laboral, la motivación, el liderazgo, el trabajo en equipo, y su nivel de productividad (Dávila, 2001).

Adicionalmente, se debe considerar que al interior de las empresas todas las áreas deben estar interconectadas, transmitiendo una imagen conjunta y única de su identidad, para lo cual es primordial el compromiso del recurso humano y su satisfacción con el clima organizacional, lo que además influye en su imagen corporativa (Sainz de Vicuña, 2012).

En la organización sea cual fuere su tamaño, se necesita un ambiente donde se respire confianza, respeto y se reconozca el profesionalismo de sus integrantes, de tal forma que los lazos con sus empleados, perduren en el tiempo, considerando al capital humano como el más valioso en la actualidad (Segredo, 2013).

En este contexto resulta necesario realizar un análisis del clima organizacional con el fin de evaluar las necesidades y percepciones del personal al interior de la empresa para conseguir una reorganización interna, acoplado a las mejores prácticas de desarrollo empresarial y a la demanda del mercado no solo nacional sino latinoamericano; para poder constituir una empresa sólida y perdurable en el tiempo como es el caso de la empresa objeto de estudio (Mohanty & Routray, 2009).

Se debe tomar en consideración que el clima organizacional es la percepción que tienen las personas de la empresa a la que pertenecen y es considerado de gran importancia en la estrategia de las organizaciones, influyendo en la calidad de los procesos y el mejoramiento de los mismos lo que constituye una fortaleza en un medio competitivo (Castillo & Lengua, 2011).

Es importante manifestar que las percepciones parten de las representaciones mentales que tienen los individuos sobre su entorno tanto interno como externo, en todos los ámbitos, incluido el laboral, lo que resulta en reflexiones propias sobre lo que perciben dentro de la organización a la que pertenecen (Schneider, 2009).

Lo antes mencionado es aplicable a empresas grandes, medianas o pequeñas, por esta razón la importancia del presente estudio.

En el contexto productivo, y específicamente en la rama de la tecnología, al traer como referencia a empresas modernas, jóvenes y que aportan con un intangible como es la tecnología, se tiene una serie de factores que impiden un avance serial de la producción y que a su vez son siempre necesarios para conseguirla. Estos factores están enmarcados en la complejidad del desarrollo del software, en el tiempo necesario para producirlo, la mano de obra especializada para hacerlo – en muchos casos extranjera - la falta de conocimiento técnico para su aceptación por parte del cliente y en rigor el manejo del cambio (Rivas, 2013).

Latinus e- Profesional Business es una empresa constituida hace más de 10 años con dos líneas de productos y servicios en la rama tecnológica. En este contexto, al ser una pequeña empresa, enmarcada en el grupo denominado PYMES cuya actividad principal es el desarrollo de software, se puede pensar que los cambios acelerados y continuos en materia de tecnología de software y desarrollo de aplicaciones de uso masivo, requieren en todo momento de una mejora continua no sólo en el proceso del negocio sino en la implementación y puesta en producción de los sistemas desarrollados; es así que siendo la mayor parte de clientes provenientes del estado ecuatoriano, el trabajo desarrollado debe enmarcarse tanto en las leyes, normas y reglamentos vigentes como en todo lo referente a interoperabilidad entre las instituciones del estado (Rivas, 2013).

En tal sentido es muy importante que se cuente con personal capacitado, motivado y productivo (Gostick & Elton, 2011), que apalanque procesos dinámicos tanto en relación al recurso humano como a la gestión en sí de la empresa que engloba el levantamiento de los procesos, su normalización, optimización y automatización así como los cuidados referentes a la seguridad de la información (Dolan, Valle, Jackson & Shuler, 2007).

Los equipos multidisciplinarios que se han conformado comprenden áreas de control de calidad, manejo del cambio y lógicamente, desarrollo de sistemas. La asesoría legal es contratada en forma externa. (Rivas, 2013).

En lo anteriormente expuesto faltaría señalar un factor fundamental, que es el componente humano (Jaramillo, 2005) que participa en el desarrollo del producto, en su control de calidad, aceptación por parte del usuario o institución y en su implementación hasta la puesta en marcha o producción. En este sentido es importantísimo fijar la atención en el manejo del cambio orientado al equipo de trabajo (Jara, 2013).

Ésta se constituye en la parte más demandante de gestión al interior de Latinus e- Profesional Business pues el estrés que provoca en ciertas personas el hecho de manejar actividades bajo presión y enmarcadas en determinadas normas legales, genera malestar, a veces conflictos que conllevan a la desmotivación. Por eso es muy importante estar pendiente de los efectos que ciertas variables del ambiente tanto interno como externo provocan en el clima organizacional de la empresa (Davis, 1995).

La presente investigación tiene como objetivo determinar los factores que más inciden en el Clima Organizacional de la PYME Latinus e-professional business, en sus sucursales de Quito y Guayaquil y comparar sus resultados.

Se inicia con una revisión de la literatura relacionada con el clima organizacional, sus orígenes, conceptos y características. Se exponen las diferentes escalas de medida para evaluar este constructo y a través de un estudio empírico se determinan los factores que inciden en el clima organizacional. Se presenta el diseño y tipo de investigación, la población y el instrumento escogido para el estudio. En los resultados se reflejan las estadísticas de los factores evaluados en ambas sucursales y que son: Apoyo de la organización y del jefe a sus empleados, recompensa de la organización y del jefe a sus empleados, confort físico, control y presión de la organización y jefe y relaciones entre compañeros.

## **Revisión de la literatura**

### **Clima organizacional: origen, definición y dimensiones**

En el año 1964, los autores Forehand y Gilmer, preocupados por los aspectos que caracterizan a cada organización, definieron al clima organizacional como la personalidad de cada empresa (citado por Orbegoso, 2010).

En la década de los 70's, varios autores como Campbell (1970), Schneider (1970), James y Jones (1974), Payne (1976) y Joyce y Slocum (1979), coincidieron en que el clima organizacional es la suma de las percepciones que cada individuo que forma parte de una organización tienen sobre la misma (Citado por Orbegoso, 2010).

Posteriormente, Orbegoso (2010) indica que en el año 1969, Findlater y Margulies definieron al clima organizacional como las propiedades de cada empresa compuestas por las características de la organización y el comportamiento de sus colaboradores.

Desde hace algunas décadas el clima organizacional ha sido objeto de estudio por parte de expertos quienes preocupados por la influencia en los integrantes de las organizaciones, lo han determinado como un tema sensible conformado por varios atributos internos y externos, que son percibidos por sus miembros y que inciden en la satisfacción laboral y la productividad (Hellrieger & Slocum, 1974).

El Clima Organizacional se origina como una rama dentro del árbol de la administración cuya fortaleza radica en la preocupación por conocer cómo influye el ambiente laboral en la conducta de sus colaboradores.

El autor Luc Brunet (1984) menciona la existencia de 12 dimensiones que componen el clima organizacional, las mismas que se resumen en las siguientes: con respecto al individuo: la autonomía y su percepción de la estructura de la organización; con respecto a la organización: las recompensas, la consideración, el agradecimiento y el apoyo de las autoridades.

Es muy importante el trato que los mandos medios y altos den al personal a su cargo, pues de éste dependerá el nivel de satisfacción y la actitud de aprobación o rechazo hacia la organización a la que pertenecen. Una buena comunicación, un liderazgo correctamente encaminado y el apoyo del equipo de trabajo logran una gestión efectiva del clima organizacional (Giraudier, 2004).

El clima organizacional al estar constituido por las percepciones de los integrantes de una organización, determina la calidad del ambiente de la misma conformado por varias dimensiones como son: la responsabilidad, el apoyo, los riesgos, la estructura en sí de la organización, las recompensas y los conflictos. Dependiendo del tipo de empresa, estas dimensiones pueden variar, lo que da a lugar a distintos tipos de clima organizacional y por consiguiente a diferentes comportamientos de sus miembros, directamente relacionados con su bienestar, desempeño y productividad (Chiavenato, 2006).

Se puede decir entonces, que el clima organizacional definitivamente se encuentra ligado a la satisfacción laboral, la misma que está incluida dentro de los tantos factores a considerar dentro de la evaluación del clima organizacional, enunciados por diversos autores, por consiguiente, cuanto mayor sea la satisfacción, mejor será el clima organizacional, tomando en cuenta que un empleado satisfecho es aquel que se siente a gusto con las políticas de la empresa, el cumplimiento de las normas, la retribución, promoción, la supervisión y las relaciones con sus compañeros (Robbins & Judge, 2009).

Es preciso que toda la organización se involucre en el cambio, de manera que la evaluación del clima organizacional permita reconocer las causas de los problemas, se determinen estrategias y planes de acción para resolverlos y finalmente se determine si los cambios propuestos conducen a la mejora del clima, la satisfacción laboral y la creación de un ambiente armónico en la organización (Chiavenato, 2009).

Es importante mencionar que el clima organizacional es el termómetro de la calidad laboral existente dentro de una organización, sea grande o pequeña, el mismo debe ser cuidadosamente medido con el fin de detectar a tiempo posibles falencias en su entorno y tomar los correctivos necesarios para generar un ambiente motivacional elevado en sus trabajadores que induzca a un incremento significativo en la productividad, mayor adaptabilidad a los cambios y compromiso, en beneficio suyo y de la empresa a la que pertenecen (Segredo, 2013).

Dado que los diferentes autores expuestos han enunciado la incidencia de varios factores que influyen en el clima organizacional, a continuación se detallan algunos de los instrumentos utilizados para medirlo.

### **Instrumentos de Medición**

Existen varios instrumentos o métodos de evaluación del clima organizacional, dependiendo del tipo de evaluación y de la empresa, no obstante los factores o dimensiones a ser evaluados son comunes a todos: liderazgo, estructura, recompensa, apoyo, control, obligaciones, responsabilidad, consideración, conflictos y

relaciones interpersonales. A continuación se señalan los siguientes: el cuestionario de Litwin y Stringer (1968), el modelo de Sudarsky (1977), el cuestionario de Rensis Likert (1986), el modelo de Octavio García (1987), el cuestionario W.E.S de Moss (1989), el modelo de Fernando Toro (1998) y el modelo de Carlos Méndez (2006). El cuestionario creado por los autores Litwin y Stringer (1968), está basado en el estilo de liderazgo y la teoría de la motivación; consta de 53 afirmaciones agrupadas en 9 dimensiones que son las siguientes: estructura, responsabilidad, recompensa, riesgo, calidez, apoyo, estándares de desempeño, conflicto e identidad (Acosta & Venegas, 2010).

El modelo de John Sudarsky (1977), propuso el Test de Clima Organizacional TECLA, el mismo que analiza variables o factores como: la responsabilidad, recompensas, conformidad, normas, seguridad, remuneración, calidez y claridad institucional. Su estudio se basó en el modelo planteado por Litwin y Stringer, encontrando una estrecha relación entre las variables antes descritas y la motivación laboral, dentro del clima organizacional (citado por García, 2009).

El cuestionario de Rensis Likert (1986), se basa en que el comportamiento de los individuos depende de la percepción que tienen de la organización a la que pertenecen. En este sentido, clasifica los sistemas de la siguiente manera: autoritaritario explotador, autoritario paternalista, consultivo y participativo. Los factores que conforman su cuestionario son los siguientes: métodos de mando, motivación, comunicación, planificación, influencia, toma de decisiones y control y el rendimiento (citado por García, 2009).

El autor Octavio García (1987), fundamentó su modelo en los sentimientos y pensamientos de los empleados que conforman una empresa. Su cuestionario consta de 17 preguntas, enfocadas a los siguientes factores: reconocimiento, objetivos de la organización, crecimiento dentro de la misma y el medio en el que realizan sus labores (citado por García, 2009).

El cuestionario de los autores Moos y Trickett (1989), que utiliza la escala W.E.S. por su siglas en inglés que significan Work Environment Scale, mide las relaciones interpersonales y las características sociales y del ambiente laboral. Contiene 90 afirmaciones, las mismas que se agrupan en 3 escalas: relaciones (implicación, cohesión y apoyo), autorealización (autonomía, organización y presión) y estabilidad (claridad, control, innovación y comodidad) (Moreira & Alvarez, 2002).

El autor Fernando Toro (1998), se basó en las percepciones que tienen los empleados sobre la empresa en la que laboran. Es un modelo que consolida tanto factores psicológicos y psicosociales, de la realidad que los empleados perciben y sus condiciones. La Encuesta de Clima Organizacional ECO, busca medir la percepción que tiene el colaborador de una empresa a través de 63 afirmaciones, las mismas que se agrupan en 5 dimensiones que son: apoyo del jefe y de la organización, recompensa, confort en su entorno físico, control y presión y las relaciones interpersonales, 4 de los items son positivos y uno es negativo, este modelo se ha aplicado en pequeñas y medianas empresas de América latina. (Siqueira, 2008).

El modelo de Carlos Méndez (2006), constituido por 45 preguntas, llamado IMCOC, Instrumento para Medir el Clima en la Organizaciones Colombianas, fue diseñado para medir variables tales como: objetivos, toma de decisiones, liderazgo, cooperación, relaciones interpersonales, motivación, control actitudes, creencias y satisfacción (citado por García, 2009).

En la siguiente tabla se presentan los instrumentos enunciados:



**Tabla 1.** Instrumentos de Medición

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Dimensiones/ Factores</b>
<b>Litwin &amp; Stringer</b>	1968	Establecer el estilo del liderazgo y la teoría de la motivación en los trabajadores	Estructura, responsabilidad, recompensa, riesgo, calidez, apoyo, estándares de desempeño, conflicto e identidad
<b>John Sudarsky</b>	1977	Medir la relación entre las dimensiones y la motivación laboral	Responsabilidad, recompensas, conformidad, normas, seguridad, remuneración, calidez y claridad institucional
<b>Rensis Likert</b>	1986	Medir la percepción que tienen los empleados de la organización en relación a su comportamiento	Métodos de mando, motivación, comunicación, planificación, influencia, toma de decisiones y control y el rendimiento
<b>Octavio García</b>	1987	Medir la percepción que tienen los empleados de una empresa en relación a sus pensamientos y sentimientos	Reconocimiento, objetivos de la organización, crecimiento dentro de la misma y el medio en el que realizan sus labores
<b>Rudolf Moss &amp; Edison Trikett</b>	1989	Medir las relaciones interpersonales y las características sociales y del ambiente laboral	Relaciones (implicación, cohesión y apoyo), autorrealización (autonomía, organización y presión) y estabilidad (claridad, control, innovación y comodidad)
<b>Fernando Toro</b>	1998	Medir la percepción que tienen los empleados de una empresa y sus condiciones	Apoyo del jefe y de la organización, recompensa, confort con su entorno físico, control y presión y las relaciones interpersonales
<b>Carlos Méndez</b>	2006	Medir clima organizacional de las empresas	Objetivos, toma de decisiones, liderazgo, cooperación, relaciones interpersonales, motivación, control actitudes, creencias y satisfacción

**Fuente:** Las autoras

De manera general, en los instrumentos analizados se denota un alto grado de preocupación por el bienestar del trabajador reflejado en factores como la recompensa, común denominador en todas las escalas expuestas, el reconocimiento, el apoyo, la orientación, la calidez, la satisfacción, las relaciones interpersonales, la comunicación y el liderazgo a través de la planificación, normas, objetivos y control.

#### **Estudios Empíricos: Análisis de clima organizacional**

Con el fin de contribuir con la estructura teórica del presente análisis, se ha realizado la recopilación de algunos estudios en donde se analiza el clima organizacional utilizando diferentes escalas, desde distintas perspectivas y dimensiones como: el compromiso de los empleados, el liderazgo, los incentivos, el emprendimiento, los conflictos, entre otros. En el caso de los estudios de clima organizacional en las pequeñas y medianas empresas se encontraron los siguientes estudios: Toro (1998) evalúa el compromiso (afectivo, de continuidad y formativo) de los trabajadores de varias empresas (finanzas, salud, hotelería, construcción, seguros, televisión y administradora de pensiones) y su relación con el clima organizacional, a través de la encuesta ECO y encuentra que las relaciones personales y valores colectivos se encuentran estrechamente relacionados al compromiso de los trabajadores con la organización, no así el estilo de liderazgo. Se determinó inequívocamente que el clima

organizacional está muy relacionado al compromiso del trabajador y que un buen clima laboral hace que este último se sienta comprometido y satisfecho con la organización a la que pertenece.

Por otro lado, González y Parera (2005) revisan los aspectos teóricos y componentes más importantes que conforman el clima organizacional, aplicando el análisis a una empresa de servicios (portuarios y de almacenamiento), obteniendo como resultado que los factores que inducen a un buen clima organizacional son el gusto de los trabajadores por lo que hacen, buenas relaciones interpersonales, buena gestión del recurso humano, capacitación, entre otros. Por otro lado los elementos que tienen un impacto negativo son: la falta de equipos y herramientas para el trabajo, falta de agua y de servicios básicos, ausencia de empoderamiento, falta de preparación de los directivos, falta coordinación entre tareas y funciones.

Es importante señalar el estudio realizado por Reinoso y Araneda, en el que identifican los componentes, variables y dimensiones del clima organizacional relacionados con: “Estructura, Responsabilidad, Recompensa, Desafío, Relaciones, Cooperación, Estándares, Conflictos e Identidad”. Como resultado, a través de la aplicación de una encuesta medida con la escala Likert, se obtuvo que es necesario tomar en consideración las percepciones de los individuos y sus expectativas, además de la profundidad las dimensiones que conforman el clima organizacional, para con los resultados tomar acciones correctivas para lograr el clima organizacional ideal según las expectativas de quienes lo conforman (Reinoso & Araneda, 2007, p.44).

Por otra parte, Belausteguigoitia, Patlán y Navarrete (2007), realizan un análisis del clima organizacional con las variables compromiso, emprendimiento y esfuerzo de sus trabajadores en pequeñas y medianas empresas familiares y no familiares. Como resultado del estudio realizado con una encuesta, obtuvieron que en las empresas familiares y no familiares, el clima organizacional, el compromiso, emprendimiento y esfuerzo de sus empleados, se ven afectados a diferentes a escalas, siendo que la relación emprendimiento con el compromiso organizacional es alta, al igual que el factor esfuerzo con la orientación emprendedora, éstas se encuentran fuertemente ligadas a la productividad.

Siguiendo la misma línea, Chiang, Núñez, Martín y Salazar (2010), correlacionan el clima organizacional con el compromiso de los trabajadores, divididos en segmentos de hombres y mujeres y por edad. En este estudio realizado con el cuestionario de Chiang, obtuvieron que existe un alto compromiso de los trabajadores, sobre todo en aquellos que pasan los 40 años. Al respecto del clima organizacional, las variables que más influyen son la autonomía, cohesión, confianza, presión, equidad e innovación. Todas las variables diagnosticadas correlacionan el clima organizacional con el compromiso de sus trabajadores.

Acosta y Venegas (2010), al aplicar el cuestionario de Litwin y Stringer, a trabajadores de una empresa cervecera, obtuvieron como resultado que los miembros de la empresa perciben un clima positivo en cuanto a responsabilidad, apoyo, estructura y riesgos; en tanto que existe una negatividad en relación a los conflictos, las recompensas y la identidad.

Finalmente Díaz, Peña & Castellanos (2014) estudian el estilo de liderazgo, el mismo que conlleva a un clima organizacional positivo o negativo, tomando en cuenta el poder de influir sobre el grupo para lograr los objetivos, por lo que es necesario tomar en consideración que en las PYMEs al ser pequeños grupos de trabajo, el aspecto socio-afectivo tiene gran influencia en sus trabajadores. Al haberse aplicado el estudio sobre una muestra constituida por todos los miembros de la PYME, adultos jóvenes con el mismo nivel de educación, sus relaciones interpersonales han favorecido a un buen clima organizacional, el liderazgo es participativo,

considerado y de confianza, lo que hace que el equipo de trabajo se sienta alineado y comprometido a lograr los objetivos de la PYME.

Un buen clima organizacional contribuye a que los miembros de la organización se sientan motivados a lograr los objetivos y metas, incrementa la eficiencia y la eficacia en las labores diarias, aumenta el compromiso y lealtad, incentiva la formación de equipos de trabajo al mando de un liderazgo participativo, motivador e incluyente (Mohanty & Routray, 2009).

Una correcta evaluación del clima organizacional permite tomar en forma oportuna los correctivos necesarios al interior de las empresas con el fin de que los empleados se sientan identificados y motivados a ser parte del crecimiento de la organización, entendiendo que el clima organizacional se encuentra estrechamente ligado a la productividad y éxito de las empresas (Queiroz, 2008).

### Metodología

Del análisis realizado se considera que la investigación es de tipo descriptiva, la misma que permitirá evaluar qué factores afectan el clima organizacional en la empresa objeto de estudio (Hernandez, 1997).

El estudio tiene un enfoque no experimental, cuya característica es recoger datos en un momento único, con la finalidad de describir los factores que más inciden en el clima organizacional y compararlos entre ambas sucursales (Hernandez, 1997).

La población objeto de estudio esta definida por el total de los trabajadores de la empresa Latinus e-professional business, que la componen 26 empleados, los cuales fueron encuestados en el último trimestre del año 2014. Según la información obtenida de la Gerencia de la organización objeto de estudio se realizó un censo cuya tabla se muestra a continuación:

**Tabla 2.** Distribución de la población por áreas

Área	# Empleados quito	# Empleados guayaquil
Gerencia General	1	-
Legal	1	-
Contabilidad	1	-
Recursos Humanos	1	-
Administrativo	3	-
Jefatura de Infraestructura y Soporte	2	1
Jefatura Técnica	12	3
Jefatura PMO	1	-
Total Quito	22	-
Total Guayaquil	-	4
<b>Total Empleados</b>		26

**Fuente:** Las autoras

El instrumento seleccionado es la Encuesta de Clima Organizacional, ECO, desarrollada por Fernando Toro (1998). Este cuestionario permite una evaluación completa del Clima Organizacional en cinco factores que son: apoyo del jefe y la organización a sus empleados (21 ítems); recompensa (13 ítems); confort físico (13 ítems); control y presión (9 ítems) y relaciones entre compañeros (7 ítems). Este instrumento abarca, según el autor, tanto los aspectos o factores psicosociales como los psicológicos que influyen sobre el trabajador (Siqueira,

2008), su índice de confiabilidad es de 0,90 medido con el método de Alfa de Cronbach, ha sido aplicado a una diversidad de empresas de todo tamaño.

La encuesta ECO se evalúa a través de la escala Likert con una puntuación de 1 a 5, en donde totalmente de acuerdo representa el 5 y totalmente en desacuerdo representa el 1 (Méndez & Peña, 2007).

Los datos fueron medidos cuantitativamente, de tal forma que el estudio planteado tenga un impacto práctico y real en la gestión administrativa y en el clima organizacional de la empresa objeto de estudio (Mendez & Peña, 2007).

Para el análisis de las respuestas y obtención de resultados se utilizó el programa estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) en versión 20.0, el mismo que se constituye en una herramienta importante y apropiada de apoyo para análisis descriptivos en donde se aplicaron las encuestas con la obtención de porcentajes de mayor y menor peso, y promedios ponderados dentro del estudio realizado.

### Análisis de resultados

Los resultados de la aplicación de la Encuesta ECO, son medidos por factor. Cada factor tiene, un número determinado de ítems los mismos que fueron evaluados por cada encuestado. Para la obtención de resultados, se suman los valores de las respuestas que se dieron a cada pregunta por factor y luego se divide para la cantidad de preguntas que se tiene por factor. Los resultados siempre darán un número del 1 al 5 debido a la escala aplicada. Cuanto mayor sea la media mejor será el clima organizacional, considerando que las respuestas mayores de 4 denotan un excelente clima organizacional en tanto que aquellas menores a 2,9 denotan un clima organizacional malo (Siqueira, 2008).

Es importante mencionar que en el factor 4 que tiene que ver con el control y la presión, la relación es inversa, es decir las respuestas mayores de 4 denotan un clima organizacional malo en tanto que aquellas menores a 2,9 denotan un excelente clima organizacional. A continuación los resultados por factor:

**Figura 3.** Resultado consolidado del análisis de clima organizacional

Factor	Rango de Respuesta más utilizada: De Acuerdo	Resultado
Apoyo de la organización y del jefe a los empleados	73%-88%	Positivo
Recompensa de la organización y jefes a sus empleados	78%-82%	Positivo
Confort físico	73%-96%	Positivo
Control y presión de la organización y los jefes	92%-77%	Negativo
Relaciones entre compañeros	60%-81%	Positivo

Fuente: Las autoras

### Factor 1: Apoyo de la organización y del jefe a los empleados

Este factor se relaciona con el soporte afectivo, estructural y organizacional que el jefe y la organización proporcionan a los empleados en el desempeño diario de sus actividades laborales. Sus elementos se resumen a continuación: comunicación, solución de conflictos, orientación, apoyo, reconocimiento, planeación, innovación, participación, respeto y colaboración (Siqueira, 2008).

El 77% de los empleados están de acuerdo en que existe comunicación y colaboración. El 88% percibe que los conflictos son solucionados, el 73% coincide en que existe orientación e innovación, y otro aspecto positivo obtenido en este factor es que el 84% de los empleados están de acuerdo en que existe participación e innovación.

Los ítems con menor puntuación fueron los relacionados al apoyo, reconocimiento y respeto de la empresa y jefes hacia sus empleados, sin embargo, la puntuación no es mala siendo que en las preguntas orientadas a los tres elementos mencionados los empleados respondieron estar de acuerdo en un 68%.

La diferencia existente entre la oficina matriz en la ciudad de Quito y la sucursal en la ciudad de Guayaquil es que en ésta última los porcentajes de respuestas de acuerdo fueron ligeramente más bajos únicamente en innovación.

### **Factor 2: Recompensa de la organización y jefes a sus empleados**

Este factor se relaciona con las diversas maneras usadas por la organización para recompensar y/o premiar la calidad, productividad, el esfuerzo y el desempeño de los empleados. Sus elementos se resumen a continuación: satisfacción, valoración, recompensa y preocupación por la salud y el bienestar de los trabajadores (Siqueira, 2008).

El 82% de los empleados están satisfechos con su trabajo y consideran que la empresa se preocupa por su salud y bienestar. El 78% percibe que son recompensados por la productividad, esfuerzo y calidad de trabajo que realiza.

El ítem con menor puntuación fue el de valoración del trabajo que realizan, con un 73% de acuerdo en su percepción.

La diferencia existente entre la oficina matriz en Quito y la sucursal en Guayaquil es que en ésta última los porcentajes de respuestas de acuerdo fueron ligeramente más bajos en valoración y recompensa en tanto que en satisfacción y salud fueron más altos.

### **Factor 3: Confort físico**

Este factor se relaciona con el ambiente físico, la seguridad y la comodidad proporcionada por la empresa a sus empleados. Sus elementos se resumen a continuación: equipamiento necesario, ambiente agradable, atención a discapacitados, espacio físico y local ideal, seguridad, iluminación y limpieza. (Siqueira, 2008).

El 96% de los empleados están totalmente de acuerdo con el confort del local y el espacio físico existente para ejercer sus labores cotidianas. El 80% está de acuerdo en que las oficinas son adecuadas para alguien con alguna discapacidad física. El 75% percibe que hay un ambiente agradable y seguro. Otro aspecto positivo obtenido en este factor es que el 73% de los empleados están de acuerdo en que el lugar de trabajo es limpio y está equipado con lo necesario.

El ítem con menor puntuación fue el relacionado con una adecuada iluminación del lugar de trabajo, en la que un 69% respondió estar de acuerdo.

La diferencia existente entre la oficina matriz en Quito y la sucursal en Guayaquil es que en ésta última los porcentajes de respuestas de acuerdo fueron ligeramente más bajos en el local, ambiente de trabajo y las instalaciones adecuadas para discapacitados.

#### **Factor 4: Control y presión de la organización y los jefes**

Este factor se relaciona con el control y la presión ejercidos por la empresa y sus jefes sobre el comportamiento y el desempeño de los trabajadores. Sus elementos se resumen a continuación: control excesivo, cumplimiento de plazos, control de horarios, presión, autoritarismo y fiscalización. (Siqueira, 2008).

En este factor, como se mencionó en párrafos anteriores, la relación de las respuestas es inversa, es decir a mayor puntuación, el clima laboral es menos adecuado. El 92% de los empleados están de acuerdo en que existe presión por parte de los jefes. El 84% percibe que existe control tanto en las labores cotidianas como en los horarios. El 80% coincide en que se debe cumplir con los plazos establecidos.

El ítem con menor puntuación fue el de fiscalización del trabajo, donde los empleados están de acuerdo en un 77%, en que existe una supervisión permanente del jefe.

La diferencia existente entre la oficina matriz en Quito y la sucursal en Guayaquil es que en ésta última los porcentajes de respuestas de acuerdo son bajos, fluctuando el 90% de sus respuestas en la número 3 es decir ni en desacuerdo ni de acuerdo.

#### **Factor 5: Relaciones entre compañeros**

Este factor se relaciona con la unión, vínculos y colaboración existente entre los compañeros de trabajo. Sus elementos se resumen a continuación: amistad, apoyo entre colegas, cooperación, integración y confianza. (Siqueira, 2008).

El 81% de los empleados están de acuerdo en que existe amistad y confianza entre los empleados. El 65% percibe que los miembros del equipo de trabajo cooperan unos con otros. Por otro lado el 62% de los empleados están de acuerdo en que existe apoyo entre todos.

El ítem con menor puntuación está relacionado con la integración entre compañeros, donde los empleados respondieron estar de acuerdo en un 60%.

La diferencia existente entre la oficina matriz en Quito y la sucursal en Guayaquil es que en ésta última el porcentaje de confianza entre colegas es más bajo.

#### **Conclusiones**

La presente evaluación ha permitido conocer el Clima Organizacional de la PYME, Latinus e-professional business, tanto en la matriz como en la sucursal, identificando los factores que inciden en el mismo, tanto de manera positiva como negativa bajo la percepción de sus empleados, tomando en consideración que un buen Clima Organizacional influye positivamente en los empleados, siendo un tema muy sensible que los motiva a ser más productivos y por lo tanto mejora el rendimiento económico de empresa (Queiroz, 2008).

Por otro lado, al evaluar a una PYME, la limitación del estudio es con respecto a la muestra, que a pesar de haberse aplicado en forma censal, es pequeña en relación a los estudios que forman el marco teórico del presente análisis.

En cuanto al instrumento de medición, la aplicación de la encuesta ECO, permitió conocer los factores con mayor percepción positiva y negativa en la empresa objeto de estudio, los mismos que se detallan a continuación:

En relación al factor apoyo de la organización y del jefe a los empleados, los resultados dieron porcentajes altos (entre el 73% y 88%) a los elementos que lo componen, con lo que se colige que los empleados están de acuerdo con que la empresa mantiene una buena comunicación, que los conflictos son resueltos por el equipo de trabajo, que existe orientación para hacer las tareas encomendadas, que hay un planeamiento previo para la asignación de tareas y cambios, y que en éstos también participan los empleados. No obstante a pesar de haber tenido una puntuación menor, los empleados se mantienen de acuerdo en que reciben apoyo, reconocimiento y respeto a sus ideas y al aporte intelectual con el que puedan contribuir.

Al respecto del factor recompensa de la organización y de los jefes a sus empleados, los resultados arrojaron porcentajes altos (entre el 78% y 82%) a los elementos que lo componen, por lo que se puede concluir que los empleados están satisfechos con la tareas encomendadas, piensan que su trabajo es recompensado, que la empresa se preocupa por su salud, que el salario depende de la calidad y la productividad de cada uno. Sin embargo, a pesar de haber tenido una puntuación menor, los empleados se mantienen de acuerdo en que existe valoración de su trabajo, lo que guarda concordancia con lo dicho anteriormente.

En relación al factor confort físico, los resultados obtenidos en la respuesta de acuerdo, fueron altos (entre el 69% y 80%) a los elementos que lo componen, siendo que es el único factor donde los empleados estuvieron totalmente de acuerdo en el 96% de sus respuestas en relación al local y espacio físico apropiados. Por lo que la percepción de los empleados del lugar de trabajo, de la seguridad, ambiente, espacio adecuado y las herramientas y equipos necesarios para el desempeño de sus labores cotidianas, es muy positiva, lo que influye en el clima organizacional de la misma manera.

En lo que tiene que ver con el factor control y presión de la organización y los jefes a sus empleados, los resultados corresponden a porcentajes altos, en la respuesta de acuerdo, pero su relación al ser inversa en comparación con los otros factores, (entre el 92% y 77%), no serían positivos para el clima organizacional sino más bien influyen en forma negativa y son aspectos que deben mejorar. Los empleados están de acuerdo con que en la empresa existe presión y control. Al respecto de la fiscalización, el porcentaje fue menor, sin embargo también fue alto.

Finalmente, en relación al factor relaciones entre compañeros, los resultados obtenidos fueron bastante positivos, con un porcentaje alto en los niveles de confianza y amistad. Los empleados coinciden que existe cooperación y apoyo entre todos. No obstante en el ítem integración el porcentaje fue menor, lo que podría ser por las largas jornadas de trabajo incluyendo en ciertas ocasiones las noches y fines de semana, que impiden que los empleados socialicen en actividades distintas a las laborales por lo que se debe trabajar en este aspecto fomentando actividades deportivas o de entretenimiento (almuerzos, paseos familiares) que fomenten la integración y contribuyan a salir de la rutina y del estrés del diario vivir.

De manera general los resultados del estudio del clima organizacional en Latinus e-professional business son positivos, demostrando que existen factores con ítems definidos que inciden directamente y que son percibidos por los empleados en forma objetiva y cuantificable lo que permite medirlos. De las 63 preguntas realizadas,

tanto el personal de Quito como el de Guayaquil, responden de forma positiva, de acuerdo, con un puntaje entre el 70% y el 80%, en sus respuestas, únicamente en el ítem relacionado al local y espacio físico el 96% de respuestas fueron totalmente de acuerdo.

El factor de mayor incidencia en forma positiva en el Clima Organizacional, de la PYME objeto de estudio es el de recompensa de la organización y de los jefes a sus empleados con un porcentaje total del 78%, seguido por el factor confort físico con el 77% de respuestas de acuerdo.

El factor con mayor incidencia negativa es el de control y presión de la organización y de los jefes a sus empleados con un porcentaje total del 83% de respuestas de acuerdo en relación inversa.

Por otro lado, al realizar el análisis comparativo de las respuestas dadas tanto por el personal de Quito como por el personal de Guayaquil, se observa que en la mayor parte de respuestas, ambos grupos de colaboradores, coinciden en sus apreciaciones, con una leve diferencia en que en Guayaquil hay una posición neutral con respecto a la información de cambios, existe un porcentaje menor en cuanto a la valoración de la calidad de su trabajo y esfuerzo, están menos contentos con su ambiente de trabajo, los equipamientos y el local, sin embargo esta valoración menor no necesariamente es negativa sino únicamente un porcentaje más bajo en la respuesta de acuerdo. No obstante, en Quito hay menos satisfacción para trabajar que en Guayaquil, se sienten más fiscalizados y controlados por las autoridades.

Para futuras investigaciones se recomienda evaluar la incidencia de los factores que determinan el clima organizacional de una PYME, tomando en consideración el género de los trabajadores.

### **Referencias bibliográficas**

- Acosta, B., & Venegas, C. (2010). Clima Organizacional en una empresa cervecera: un estudio exploratorio. *Revista IIPSI*, 165-167.
- Amézquita Zárate, P. (2007). Efectos del TLC Colombia-EUA en las Pymes colombianas. *Análisis Económico*, 22(50), 58-77. Recuperado el 03 de julio de 2014, de la Base de Datos Academic Search Complete de la Biblioteca CRAI de la Universidad del Rosario, Colombia.
- Belausteguigoitia, I., Patlán, J., & Navarrete, M. (2007). Clima Organizacional como un antecedente de compromiso, esfuerzo y orientación emprendedora en la familia mejicana y las empresas no familiares. *Revista del Centro de Investigación*, 5-24. Recuperado el 02 de junio de 2014, de la Base de Datos Academic Search Premier. EBSCO Host.
- Brunet, L. (2004). *El clima de trabajo en las organizaciones*. México: Trillas.
- Castillo, L., & Lengua, C. (2011). Caracterización psicométrica de un instrumento de clima organizacional en el sector educativo universitario Comlombiano. *International Journal of Psychological Research*. ISSN. Colombia. Recuperado el 15 de julio de 2013, de la Base de Datos Academic Search Premier. EBSCO Host.
- Cardozo, E., Velásquez, Y., & Rodríguez, C. (2012). El concepto y la clasificación de PYME en America Latina. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 7, 1659. Recuperado el 15 de junio de 2014, de la Base de Datos Academic Search Complete de la Biblioteca CRAI de la Universidad del Rosario, Colombia.
- Chiang, M. (2010). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas.
- Chiang, M., Núñez, A., Martín, M. J., & Salazar, M. (2010). Compromiso del Trabajador hacia su Organización y la relación con el clima organizacional: Un análisis de género y edad. *Panorama Socioeconómico*(40), 92-103. Recuperado el 10 de junio de 2014, de la Base de Datos Academic Search Premier. EBSCO Host.



- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. (S. P. Becerril, Trad.) Bogotá, Colombia: Quebecor World Bogotá.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional, la dinámica del éxito en las organizaciones*. México, México: McGraw-Hill/Interamericana de Editores S.A. de C.V.
- Dávila, C. (2001). *Teorías Organizacionales y Administración*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill
- Davis, K. y Newstrom, J. (1995). *Comportamiento humano en el trabajo. Comportamiento organizacional*. Octava Edición. México: Mc Graw Hill
- Diaz Diaz, M., Peña, M., & Castellanos, B. (2014). El liderazgo y las relaciones interpersonales dentro del clima organizacional. *Revista Global de Negocios*, 2(1), 1-10. Recuperado el 04 de julio de 2014, de la Base de Datos Academic Search Premier. EBSCO Host.
- Dolan, S., Valle, R., Jackson, S., & Schuler, R. (2007). *La Gestión de los Recursos Humanos (3ra ed.)*. (J. Fernandez, Ed.) Madrid, España: McGraw - Hill/Interamericana de España.
- Elizondo, M., Armenteros, M., & Molina, V. (2014). Competencias directivas para Pyme: Una evaluación diagnóstica en el sector servicios en Saltillo Coahuila. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 9(1), 1572-1574. Recuperado el 23 de junio de 2014, de la Base de Datos Academic Search Complete de la Biblioteca CRAI de la Universidad del Rosario, Colombia.
- Flores, R., Flores, I., Rodríguez, R., Vásquez, M., Aguilar, J., & Holguín, L. (2013). Posicionamiento Estratégico basado en un adecuado clima laboral: Estudio de servicio al cliente interno de asesoría y servicios profesionales Grupo Azul. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 8, 1045-1053. Recuperado el 10 de junio de 2014, de la Base de Datos Academic Search Premier. EBSCO Host.
- García, M. (2009). *Clima Organizacional y su diagnóstico: Una aproximación conceptual*. Cuadernos de Administración. Vol. 25. Universidad del Valle. Cali, Colombia.
- Giraudier, M. (2004). *Cómo gestionar el clima laboral*. Barcelona: Obelisco.
- González Núñez, A., & Parera Monfort, I. (2005). Clima organizacional: Resultados del diagnóstico en una empresa. *Revista Transporte, Desarrollo y Medio Ambiente*, 25(1), 42-44. Recuperado el 08 de junio de 2014, de la Base de Datos Academic Search Premier. EBSCO Host.
- Gostick, A., & Elton, C. (2011). *Buenos Equipos, Proyectos imbatibles. Equipos capaces de transformar toda una empresa*. s.l.: s.n.
- Hellrieger, D., & Slocum, J. (1974). Organizational Climate: Measures research and contingencies. *The Academy of Management Journal*, 255-280. Recuperado el 24 de junio de 2014, de la Base de Datos Academic Search Complete de la Biblioteca CRAI de la Universidad del Rosario, Colombia.
- Hernandez, R. (1997). *Metodología de la Investigación (5ta Edición ed.)*. México: Mc Graw Hill.
- Jara, W. (14 de julio de 2013). *Latinus e professional business*. (M. C. Rivas, Entrevistador) Quito, Pichincha, Ecuador.
- Jaramillo, O. (2005). Gestión del talento humano en la micro, pequeña y mediana empresa vinculada al programa Expopyme de la Universidad del Norte en los sectores de confecciones y alimentos. *Pensamiento y Gestión*, (18), 103-137. Recuperado el 10 de julio de 2014, de la Base de Datos Academic Search Complete de la Biblioteca CRAI de la Universidad del Rosario, Colombia.
- Katzenbach, J., & Smith, D. (1996). *Sabiduría de los Equipos, el desarrollo de la organización de alto rendimiento*. Madrid: Diaz de Santos.
- Kolb, D; Rubien, I. y McIntyre, J. (1985). *Psicología de las organizaciones: Problemas contemporáneos*. México: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana.
- Lam, S., Cisneros, J., Bravo, L., Carrillo, S., & Bustamante, A. (2013). Medición del Clima Organizacional y su relación con el liderazgo en una franquicia de comida rápida en la ciudad de Tijuana, Baja California, Méjico. *Global Vonference on Business and Finance Proceedings*, 8, 1628-1634.

- Litwin, G., & Stringer, R. (1968). *Motivation and organizational climate*. Boston, Estados Unidos: Harvard University.
- Luthans, F. (2008). *Comportamiento Organizacional*. México: McGraw-Hill.
- McGregor, D. (1971). *El Aspecto Humano de las Empresas*. México: Editorial Limusa.
- Mendez, C. (2006). *Clima organizacional en Colombia*. Bogotá: Centro Editorial Universidad del Rosario. Recuperado el 15 de julio de 2013, de la Base de Datos Academic Search Premier. EBSCO Host.
- Méndez, L., & Peña, J. (2007). *Manual Práctico para el diseño de la Escala Likert*. México: Trillas.
- Mohanty, K., & Routray, P. (2009). *Human Resource Development and Organisational Effectiveness*. New Delhi: Excel Books.
- Moreira, J., & Alvarez, M. (2002). *Clima organizacional y estrés en unidad de alto riesgo*. D.U.E. Servicio de Urgencias.
- Orbegoso, A. (2010). Problemas Teóricos del Clima Organizacional, un estado de la cuestión. *Revista de Psicología*, 347-362. Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de la Base de Datos Academic Search Premier.
- Pardo, A. & Ruíz, M. (2009). *Gestión de datos con SPSS Statistics*. Madrid, España: McGraw-Hill
- Queiroz, A. (2008). O Clima Organizacional e a Gestao de Pessoas. *Revista Electrónica Enfermagem*. Brasil. Recuperado el 15 de julio de 2013, de la Base de Datos Academic Search Premier. EBSCO Host
- Reinoso, H., & Araneda, B. (2007). Diseño y validación de un modelo de clima organizacional basado en percepciones y expectativas. *Revista Ingeniería industrial*(39-54). Recuperado el 15 de julio de 2013, de la Base de Datos Academic Search Premier. EBSCO Host
- Rivas, R. (30 de junio de 2013). *Latinus e professional business*. (M. C. Rivas, Entrevistador) Quito, Pichincha, Ecuador.
- Robbins, S. & Judge, T. (2009). *Introducción al Comportamiento Organizacional*. Madrid, España: Pearson.
- Sainz de Vicuña, J. (2012). *El Plan Estratégico en la Práctica*. Madrid, España: Esic Editorial
- Salazar, J., Guerrero, J., Machado, Y., & Cañedo, R. (2009). Clima y Cultura Organizacional: Dos componentes esenciales en la productividad laboral. 20. Recuperado el 07 de julio de 2014, de la Base de Datos Academic Search Premier. EBSCO Host.
- Salgado, J., Remeisero, C., & Iglesias, M. (1996). Clima Organizacional y Satisfacción Laboral en una PYME. Universidad de Santiago de Compostela. *Revista Psicotherma*, 8, 329-335. La Coruña, España.
- Schneider, B. (2009). *Organizational Climate and Culture*. San Francisco, California, USA: Jossey-Bass.
- Schneider, B., & Reichers, A. (1983). On the ethiology of climates. *Personnel Psychology*, 36, 19-39.
- Segredo, A. (2013). Clima Organizacional en la gestión del cambio para el desarrollo de la organización. 39. s.l. Servicio de Rentas Internas Ecuatoriano. (junio de 2010). [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/32> Recuperado el 02 de Julio de 2014.
- Singh, R. K., & Garg, S. K. (2010). Strategy development by SMEs for competitiveness: a review. *Benchmarking: An international journal*, 15, 525-547.
- Siqueira, M. (2008). *Medidas do comportamento organizacional*. Brasil: Artmed.
- Sotelo, J., Figueroa E., Díaz D., Cupich S., Bustamante J. (2014). Clima Organizacional en las Unidades de venta de las tiendas del ISSPE del Municipio de Durango. *Revista Global de Negocios*,2(4), 71-78. Recuperado el 05 de enero de 2015, de la Base de Datos Academic Search Complete de la Biblioteca CRAI de la Universidad del Rosario, Colombia.
- Toro, F. (1998). Predicción del compromiso del personal a partir del análisis del clima organizacional. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 14(3), 333-344. Recuperado el 23 de junio de 2014, de la Base de Datos Academic Search Complete de la Biblioteca CRAI de la Universidad del Rosario, Colombia.
- Toro, F. (1992). *Desempeño y Productividad*. Segunda Edición. Colombia: CINCEL Ltda.
- Toro, F. (1998). *Clima Organizacional y Productividad Laboral*. Centro de Investigación e Interventoría en

Comportamiento Organizacional

Torres, C., & Vegas, E. (2014). Escala de Clima organizacional E.C.O. (U. P. Unión, Ed.) E.A.P. Psicología.

# La seguridad industrial y el desempeño laboral en restaurantes al norte de Guayaquil

**Ing. Milton Proaño Castro, MAE**

Universidad de Guayaquil  
milton.proañoc@ug.edu.ec

**Ing. Pamela Alejandro Tapia, MAE**

Universidad de Guayaquil  
pamela.alejandrot@ug.edu.ec

**Ing. Johanna Alejandro Tapia, MAE**

Universidad de Guayaquil  
johanna.alejandrot@ug.edu.ec

## Resumen

En esta investigación se realizó un análisis de la seguridad industrial en restaurantes ubicados en el centro de la ciudad de Guayaquil, sector que tiene mucho movimiento comercial, se desarrolló un estudio de Seguridad Industrial con la finalidad de salvaguardar la Salud y Seguridad Industrial, aminorando y esquivando, incidentes y accidentes dentro de las instalaciones mediante las fichas de evaluación. Mediante la matriz de riesgos se procedió a la identificación y control de escollos por área y puesto de trabajo para poder realizar el plan de seguridad para minimizar y eliminar los riesgos a los que se exponen los trabajadores; se recomienda definir una persona encargada de la seguridad, realizar simulacros para poner en práctica los planes de emergencia. El objetivo general es instaurar como se adapta la seguridad e higiene industrial en los restaurantes, delimitando el origen y el efecto de los accidentes más habituales, el requisito y la adecuación de equipo personal, medidas de señalización, orden e higienización, circunstancias del ámbito laboral, diseño de planta utilizado, tareas y acciones aplicadas en las empresas como medidas de prevención de salud y los trastornos más frecuentes que sufren los funcionarios a causa de sus actividades laborales.

**Palabras claves:** Riesgo Laboral, Integridad Física, Seguridad Industrial.

## Abstract

Through this investigation an analysis of the industrial safety was carried out in the restaurants located in the center of the city of Guayaquil, this sector has much commercial movement, an Industrial Safety Plan was developed with the purpose of safeguarding the Industrial Health and Safety, Reducing and avoiding incidents and accidents within the facilities through the evaluation sheets. By means of the risk matrix, we identified and control obstacles by area and work station to be able to carry out the safety plan through the emergency plan, evacuation plan, communication plan in case of contingencies, equipment. Protection, training and signaling in accordance with current laws; To minimize and eliminate the risks to which workers are exposed; It is recommended to define a person in charge of security, to carry out drills to implement the emergency plans. The general objective is to establish how safety and industrial hygiene are adapted in restaurants, delimiting the origin and effect of the most common accidents, the requirement and adequacy of personal equipment, measures of signaling, order and sanitation, circumstances of the workplace, Design of used plant, tasks and actions applied in the companies as preventive measures of health and the more frequent disturbances that the civil servants suffer because of their work activities.

**Keywords:** Occupational Hazard, Physical Integrity, Industrial Safety.

## **Introducción**

El talento humano es muy importante en todas las empresas por la cual siempre las organizaciones deben preocuparse por su seguridad y el desempeño de cada una de las actividades del personal de la organización, por el bienestar de ellos de los accidentes que pueden ocurrir todos los riesgos psicosociales. En nuestro país no existen muchos estudios enfocados en las incidencias en el desempeño y riesgo laboral en el sector de restaurantes, aunque este sector sea muy propenso en que ocurran accidentes laborales.

La presente investigación se realizara de manera adecuada en la provincia del Guayas con un análisis de seguridad industrial en los restaurantes ubicados en el centro de la ciudad de Guayaquil, , este sector tiene mucho movimiento comercial por el cual solo analizaremos los restaurantes ubicados en dicho sector, este análisis se desglosara en 3 capítulos el cual nos permitirá visualizar el lugar de trabajo de los empleados de dichos restaurantes que tomaremos de muestra en que parte están más propensos a tener accidentes laborales y si estos inciden en el desenvolvimiento de las labores diarias.

La investigación denota de conocer como la seguridad industrial es aplicada en los restaurantes del centro de la ciudad, ya que a través de esto podemos prevenir enfermedades, accidentes físicos tales como los factores que lo causan en las actividades que realizan los empleados.

La investigación que realizaremos es de tipo descriptiva ya que se realizará como instrumento de recolección de datos una entrevista en los 20 restaurantes tomados en la muestra que será dirigida a los propietarios, y un cuestionario para los empleados.

Por tal motivo, la investigación que se plantea está orientada hacia el Diagnóstico de las Condiciones de Higiene y Salud que prevalecen en los restaurantes del sector centro de Guayaquil con el propósito de mejorar la seguridad industrial en lo que tiene que ver a equipos y personal que labora en este tipo de negocios. En su desarrollo, se analizarán los posibles riesgos que se encuentran presentes durante las labores de trabajo.

Los restaurantes se beneficiarán de los resultados de nuestra investigación, ya que esto será muy útil al momento de evitar riesgos dentro de los establecimientos.

## **Desarrollo**

La seguridad y salud ocupacional hoy en día ejerce una labor esencial en las organizaciones, establecimientos, debido a que aportan cambios favorables en las circunstancias laborales de los trabajadores, es un requerimiento de crecimiento para las instituciones, apariencia corporativa hacia la sociedad y cuidado del talento humano.

Al tratar sobre la problemática que se da entre la seguridad y salud ocupacional en el Ecuador, tenemos conocimiento que aunque en el código de trabajo está especificado que los riesgos referentes al trabajo corren por cuenta del empleador, esto quiere decir, esto se ha establecido por décadas, se ve reforzado por la nueva constitución de hace seis años, la cual señala el tema de seguridad y salud en el trabajo como primer derecho del empleado y del respaldo que el estado debe de otorgar para la protección de las mismas por medio de los decretos ejecutivos, las normas presentes en el código de trabajo, la ley de seguridad social, el reglamento de la seguridad y salud de los trabajadores. ¿Cómo se puede poner en práctica? lo primero que hay que hacer es cambiar la cultura de seguridad y salud ocupacional que se lleva en las empresas, reconocer y verificar las situaciones y condiciones de trabajo, determinar y evaluar los factores de riesgos, esto es para estimar una línea base y empezar desde cero a enmendar y a implementar lo que ya estaba escrito, pero no ha sido llevado a cabo.

En el presente proyecto se acontece un estudio de modelo descriptivo sobre el contenido de Seguridad industrial y su incidencia en el desempeño laboral aplicado en 20 restaurantes del centro de la ciudad de Guayaquil, las cuales diariamente realizan procesos productivos de industrialización de los alimentos que en algunos casos están expuestos al peligro para la salud y tranquilidad de sus trabajadores.

Los sujetos de estudio son los propietarios /o administradores y empleados del área de producción, siendo un total de 180 personas quienes han sido vulnerables a accidentes y enfermedades dentro de las instituciones de los restaurantes.

Esta investigación se encamina en la prevención de amenazas y peligros de accidentes en los restaurantes ubicados en el centro de la urbe de Guayaquil, dado que el reglamento del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IEES), normaliza que toda organización estatal y particular, debe elaborar una matriz de gestión de riesgos con su respectivo reglamento, buscando concientizar a los empleados, con el propósito de brindar un ambiente laboral fiable y agradables al talento humano de estas organizaciones.

Al realizar el proceso de investigación se logró concluir que las compañías no poseen con un Guía de seguridad e higiene industrial que les faculte aplicar medidas de protección para la salud y estabilidad del personal.

Nuestra meta es poner nuestros conocimientos en este campo para ir al igual con las modificaciones que ha dado el país en los últimos años, y por ende hay que ver las oportunidades que posee los empleadores de enriquecer su productividad y de observar en realidad que sus índices de pérdida o de días de trabajo menos han minorado y más bien que el personal siempre este motivada, personas que trabajen, gente que goce de buena salud, trabajadores que cooperen dentro de la empresa y que beneficie al desarrollo tanto de la institución como del país.

El talento humano es muy importante en todas las empresas por la cual siempre las organizaciones deben preocuparse por su seguridad y el desempeño de cada una de las actividades del personal de la organización, por el bienestar de ellos de los accidentes que pueden ocurrir todos los riesgos psicosociales.

La Seguridad Industrial es la que determina estadísticamente los riesgos de los accidentes esta se encarga de disminuir los accidentes laborales en las industrias y ayuda a que la salud de los empleados este óptima, ya que en este sector existen riesgos consustanciales que requieren de un correcto control.

Este proyecto de análisis de seguridad industrial hace énfasis a los accidentes de trabajo que pueden ocurrir por la carencia de conocimiento, capacitación a los empleados de los restaurantes del centro de la ciudad de Guayaquil que en la actualidad no invierten en equipos de protección personal, por lo que ocasionan gastos económicos.

Por lo tanto, es importante prevenir y evitar que ocurran accidentes y enfermedades de trabajo que afecten la salud física y mental de los trabajadores, debido a que trae como consecuencia innumerables daños humanos, económicos, sociales, a los trabajadores que laboran en los restaurantes que hemos tomado de muestra. De allí la importancia del presente estudio sobre las condiciones de Higienización y estabilidad Industrial en estos establecimientos.

Toda institución es una agrupación la cual los trabajadores funcionan a ciertas reglas. La higiene y la seguridad

industrial incorporan un valor, no únicamente en el lugar de trabajo sino también a la vida, incrementando la autoestima, la productividad y optimizando el recurso humano creando un prestigio de calidad del servicio, y un extraordinario ambiente de trabajo.

La manifestación del Código de Trabajo acerca de los accidentes y enfermedades profesionales para la prevención de riesgos laborales y las reformas del reglamento ha causado como impacto altos cambios dentro del campo de la seguridad y salud laboral en las empresas con un elevado grado de responsabilidades y obligaciones para el empleador en el crecimiento de la actividad preventiva.

A los restaurantes se les facilita una herramienta de carácter operativo simbolizada por una propuesta de normas de higiene y seguridad industrial, acogida a sus requerimientos y a las características de sus procesos.

Ello permitirá solventar y controlar la situación actual de los procesos que se realizan en el taller de reparaciones de maquinaria pesada, se espera, que al poner en marcha una propuesta de solución, colabore al aseguramiento de la calidad de trabajo y minimice el nivel de ocurrencia de accidentes laborales.

Es significativo destacar que el estudio, y en base a los resultados que produzca, estará en capacidad de establecerse en una valiosa fuente referencial para otras empresas que confrontan una situación problemática similar al área estudiada.

Por último, se debe predominar que el desarrollo del estudio proporcionara a sus autores poner en práctica, ya en una posición real, todos aquellos conocimientos que fueron estudiados en su fase de formación académica.

### **Revisión literaria**

Los sistemas de gestión nacieron con la estandarización de los procesos de la calidad en la década de 1980, que dieron lugar una década más tarde a la elaboración de estándares en el ámbito de la Seguridad, Salud e Higiene del Trabajo, entre ellas se cita la norma OHSAS que también fue denominada inicialmente ISO 18000, con sus respectivas reformas realizadas en lo que va del siglo XXI.

Los modelos de gestión se popularizaron después de la estandarización de los procesos de la calidad por medio de la Organización Internacional ISO, los cuales también implicaron a los Sistemas de Seguridad, Salud e Higiene del Trabajo, por este motivo se realizará una breve descripción de esta materia, que incluye la concepción teórica de los factores de riesgos, así como de las técnicas para la identificación y evaluación de los mismos, como base para la propuesta de alternativas de solución a la problemática descrita en el primer capítulo.

### **Sistemas de Seguridad y Salud del Trabajo**

Los Sistemas de Seguridad y Salud Ocupacional (S&SO) son conjuntos sistemáticos que se enmarcan en los principios constitucionales, laborales y de salud, los cuales tienen plena concordancia con la legislación internacional y nacional especializada en la materia de S&SO, que define las acciones pertinentes para que los empleadores y empleados puedan mantener relaciones laborales seguras.

Al respecto, se destaca que estos preceptos afirman que los trabajadores tienen derecho a desenvolverse en un ambiente seguro, propicio para llevar a cabo actividades económicas en un establecimiento de cualquier naturaleza, donde el empleador está obligado a garantizarle todas las condiciones necesarias para el mantenimiento del buen estado de salud integral de sus empleados, por lo tanto, en los siguientes sub-numerales

se abordarán concepciones relevantes acerca de esta materia.

### **Concepto de la Gestión de Salud, Seguridad e Higiene del Trabajo**

El origen de la Seguridad y Salud Ocupacional tuvo lugar en el siglo XX, aunque desde el siglo XIX, los administradores plantearon la necesidad de garantizar mejores condiciones laborales a los trabajadores, quienes la reclamaron a partir del surgimiento de la revolución industrial, poniendo énfasis en que la clase obrera no había considerada un elemento importante dentro de los aparatos económicos en el mundo entero, surgiendo poco a poco la concepción de S&SO.

(Valdez, A, 2015), expresa que la Seguridad y Salud en el Trabajo es “aquél mejoramiento en prevención y protección del área del trabajo, por lo tanto la transformación social, tecnológica y económica dentro de un programa es necesario, ya que se detecta los peligros y aquellos problemas que los trabajadores están expuestos”. (p. 12).

Las empresas después de mediados del siglo XX, sintieron la necesidad de establecer normativas para fortalecer sus sistemas productivos, considerando que el talento humano es el nervio central de las organizaciones y el recurso más importante para alcanzar una mayor competitividad en los mercados, por lo que se le dio relevancia a la protección de la salud de los trabajadores en el centro de trabajo, como una de las bases para la consecución de altos índices de productividad.

(Ministerio del Trabajo, 2015), establece que la Seguridad y Salud es “el conjunto de técnicas y normas de protección física y psicológica, en la cual se diagnostica el lugar o área de la actividad. Por lo tanto, el empleador debe ser responsable de la prevención o eliminación de los peligros que el empleado está expuesto”. (p. 1).

Los criterios expuestos establecen que la Seguridad y Salud del Trabajo es una disciplina que tiene su base en la legislación nacional e internacional y que pone de manifiesto las herramientas a ser utilizadas para la identificación, evaluación y minimización de los riesgos en cualquier tipo de establecimiento laboral, con el firme objetivo de satisfacer las necesidades de los trabajadores, de los empleadores, de los clientes y de las partes interesadas.

### **Importancia de la Salud, Seguridad e Higiene Del Trabajo**

La relevancia del área de la Higiene, Salud y Seguridad en el Trabajo conito el interés de los críticos en la materia de la Administración de Empresas, especialmente en el ámbito manufacturero, el cual experimentó mayor crecimiento tecnológico en los últimos cincuenta años, por lo tanto, en él se encierran los mayores riesgos para la salud humana y para el medio ambiente inclusive.

Para (Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros, 2013) “la seguridad y salud ocupacional es muy importante debido a la prioridad de acciones de prevención y minimización de riesgos. Por concepto de las diferentes afecciones a la salud que son adquiridas por esfuerzo del trabajo las cuales son irreversibles, por lo que se nace necesidad de inspeccionar los procesos riesgosos y repetitivos que se llevan a cabo en el área trabajo causantes de las alteraciones de la salud”.

La materia de S&SO tiene gran relevancia para los empleadores, porque les puede garantizar mayor productividad por el trabajo realizado, mientras que para los empleados es inmejorable, porque ellos tienen el interés de minimizar los riesgos de afecciones en su salud, por concepto del desarrollo de una actividad laboral



con uso de equipamiento altamente peligroso.

La importancia de la Seguridad y la Salud en el Trabajo según (Clerc, I, 2012), se debe a que “es mediante esta es posible conseguir que los procesos que se realizan en la empresa sean llevados a cabo de forma adecuada, evitando la exposición de los trabajadores a los múltiples riesgos que involucra el mal manejo de las operaciones.”

La seguridad y salud ocupacional no solo es el cumplimiento de normas jurídicas, sino que tiene un impacto social y económico de basta importancia tanto para la matriz productiva como para la masa laboral de trabajadores, ambas partes tienen implicaciones dentro de las normativas técnicas que gobiernan la materia de S&SO y que son reguladas por las autoridades respectivas.

### **Factores de Riesgo**

Los factores de riesgo se consideran las condiciones que se presentan en las diferentes áreas de trabajo, que pueden ocasionar algún problema o enfermedad cuando se realiza el trabajo, dentro de los riesgos se pueden presentar los físicos, químicos, biológicos, sociales y psicológicos que se encuentran alrededor de las condiciones de trabajo.

Chichester (2008), considera el riesgo como “el término que se refiere a la probabilidad de que suceda algún suceso no deseado o que produzca un efecto desfavorable para el individuo, el riesgo laboral se trata de la posibilidad de que el colaborador pueda sufrir un accidente al momento de realizar sus actividades laborales”.

Dentro de un área de trabajo es muy probable que existan situaciones de peligro o riesgo para la salud de quienes laboran en la misma, por este motivo es de vital importancia que se efectúe evaluaciones de forma periódica de los riesgos que se encuentran latentes para que se apliquen medidas preventivas y correctivas que aseguren al trabajador un espacio libre de riesgos que afecten su salud.

### **Tipos de riesgos laborales**

Los riesgos se encuentran presentes de acuerdo a las actividades que se desarrollen en las organizaciones, pueden ser generadas por las condiciones medioambientales y las condiciones ergonómicas, de las dos formas afectan en la salud de los colaboradores y pueden incluso llegar a imposibilitar a un trabajador, de acuerdo al nivel de peligrosidad y constancia del contacto con el riesgo o el área de peligro.

De acuerdo al (Instituto Nacional de, 2012, pág. 94), los riesgos que pueden estar presentes en el área de trabajo se han agrupado según sus condiciones son:

- Riesgos para la seguridad, se encuentran los factores de riesgos relacionados con las instalaciones, máquinas y equipos, incendios.
- Riesgos higiénicos son los factores que se relacionan con las enfermedades laborales, donde se estiman los contaminantes físicos (vibraciones, ruido, etc.), químicos y biológicos.
- Riesgos ambientales, se refieren a la posibilidad de consecuencias que afecten las condiciones favorables y de confort del trabajador, compuesto por ventilación, iluminación, temperatura, superficie, limpieza, espacio.
- Riesgos de carga física, son las causantes de la fatiga física donde están considerados como factores de riesgo: la carga física (postura de trabajo, actividad).
- Riesgos de carga mental, son aquellas que tiene como consecuencia la fatiga mental y el estrés, abarca el riesgo: presión por tiempo, rapidez, atención, detallista, complejidad, etc.

- Riesgos psicosociales, tienen como consecuencias el desequilibrio del bienestar social, donde se consideran como factores de riesgo: estatus social, iniciativa, cooperación, comunicación, horario de trabajo.

Las condiciones de inseguridad que se encuentran presentes en las áreas de trabajo con medioambientales como los agentes físicos, químicos y biológicos, además de las condiciones ergonómicas donde intervienen el esfuerzo, manipulación de cargas, posturas incómodas y encontrarse expuestos a altos niveles de estrés y preocupación.

**Clasificación de los riesgos derivados a las condiciones medioambientales** (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 2012), define que los factores ligados al medio ambiente se refieren a los agentes que se encuentran presentes en el medio laboral los cuales pueden influir en la aparición de enfermedades profesionales los cuales se clasifican en:

- Físicos: son las fuentes de energía presentes en los lugares de trabajo, que incluyen la iluminación, ventilación, temperatura, vibración, ruido y radiación
- Químicos: son agentes presentes en el medio que pueden afectar la salud de los trabajadores, como son los gases, polvo, vapores, humo, fibras.
- Biológicos son los elementos imperceptibles como bacterias, virus, protozoos, hongos y parásitos.

Los riesgos medioambientales que se presentan en el área de la construcción son varios debido al contacto con los materiales, el exceso de peso que deben cargar de un lugar a otro, la falta de iluminación, exceso de ruido, el contacto con polvo, humo, fibras, además de las condiciones o circunstancias en que un producto o sustancia puede dañar de forma directa o indirectamente la salud de los colaboradores.

### **Metodología**

Para desarrollar el presente estudio se ha empleado varias técnicas y métodos de investigación las cuales beneficiarán en la explicación y complementarán las actividades realizadas en dicha investigación.

Métodos del nivel teórico utilizados. Método Inductivo-Deductivo: Nos asistirá mediante la observación a sustraer información y datos de las actividades, procesos y formas del desempeño en el área laboral para disponer conclusiones fundamentales con un criterio de precaución antes los posibles riesgos.

Método Analítico-sintético: Luego de seleccionar la información conveniente al tema de investigación, se ejecuta un análisis de los factores o posibles niveles de riesgos hallados que conllevan a un índice de inconformidad en las actividades inseguras en las empresas.

### **Métodos del nivel empírico utilizados**

Método de Observación: Se aplicara un procedimiento de revisión y factores de cumplimientos de acuerdo a lo reglamentario, según simple observación.

Métodos estadístico matemáticos: Para el estudio se usarán las siguientes técnicas e instrumentos de investigación:

Encuesta: Esta herramienta favorece en la selección de información o datos directos de los trabajadores.

### **Procesamiento estadístico de la información**

- Uso de los instrumentos o métodos de recopilación de información.
- Investigación visual o valoración de riesgos a través de lista de cotejos.
- Tabulación de la información o datos recopilados a través de los mecanismos anteriormente mencionados.

- Examen y estudio de los resultados obtenidos.
- Equiparación de los resultados con la hipótesis de planteamiento del estudio

### **Tipo de investigación**

Este estudio tiene un diseño descriptivo ya que de acuerdo al problema se busca conseguir una serie de particularidad notable sobre el empleo de las nuevas tendencias sobre la seguridad industrial y los niveles de riesgos que pueden ser provocados o constituidos en el lugar de trabajo.

La investigación a realizar se ubica dentro del tipo de estudio descriptivo, debido a que se utilizara diferentes fuentes de información como artículos de Internet, Libros y publicaciones que contengan el tema de evaluación de desempeño.

Para la recolección de la información también se hará uso de una entrevista a los trabajadores de la empresa a los cocineros y al administrador.

Así mismo se hará uso de la estadística ya que se presentarán gráficos con porcentajes, instrumentos que nos ayudarán a soportar nuestra información expuesta.

### **Población y Muestra**

#### **Población**

Se consideran 20 restaurantes del centro de Guayaquil del lugar más transitorio de la ciudad, se entiende como tal aquellos constan con maquinarias, cocinas industriales, electrodoméstico que utiliza batidoras, horno, mezcladora y otros.

#### **Tipo de muestra**

En los restaurantes se delimita a la población por causas que se sabe fielmente donde es el origen del problema entonces determinamos que es un tipo de muestra no probabilística.

#### **Tamaño de la muestra**

Al notar una población finita en la cual el número de elementos implicados en el estudio de la investigación se tomará en cuenta la población total que en esta ocasión es de 180 personas las cuales poseen diversos niveles de peligro dentro de los restaurantes.

### **Resultados**

De todas las personas encuestadas el 66,67% indicaron según su opinión que las partes del cuerpo que se lastiman con más frecuencia son las manos y los brazos y el 14,81% opinaron que es la espalda y por último el 7,41% manifestó que los accidentes en el puesto de trabajo ocasionan lesiones en la cara y cabeza.

Es significativo hacer este estudio en los restaurantes ubicados en el centro porque conforme a los resultados de la encuesta pudo encontrarse altas proporciones de niveles de percances y accidentes dentro de las instalaciones.

Se comprueba en relación a la pregunta 5 de la encuesta que el 45% indicaron que se realizan pocas inspecciones en el lugar de trabajo cuando realizan las actividades por tal motivo los trabajadores no usan las debidas protecciones porque desconocen las técnicas de seguridad adecuada y por ende aumentan el nivel de accidentabilidad en el puesto de trabajo por lo que es necesario contar con el apoyo y la concientización de los trabajadores.

Se comprueba en relación a la pregunta 3 de la encuesta que el 40% de los restaurantes sólo de vez en cuando realizan actividades de mantenimiento de las instalaciones y equipos y se debe a la falta de conocimiento sobre el empleo de normas de seguridad.

Se comprueba en relación a la pregunta 2 el 25 % de los encuestados indican que las instalaciones no constan con una guía de emergencia en caso de alguna eventualidad.

### **Conclusión**

Los restaurantes analizado corresponde a un sector con mucho movimiento, es el casco comercial y bancario de la ciudad, por lo que no se pudo dejar pasar por alto el revisar los procesos de producción y las instalaciones, se analizó los aspectos relacionados con la seguridad y salud de los empleados, del local y de los clientes, éstos dieron como resultado que la situación actual referente a las condiciones de seguridad dentro de los restaurantes, es deficiente.

La información recolectada fue realizada en todos los horarios, en diferentes puestos de trabajo y en los ambientes de los locales donde pueden ocurrir accidentes, ésta búsqueda contribuye al reconocimiento de los diferentes tipos de riesgos que se presentan, los mismos que se han convertido en desencadenantes de accidentes y son causantes de enfermedades profesionales, que en muchos de los casos impiden el desenvolvimiento normal del individuo, tanto en el ámbito laboral como en su vida personal.

Basados en las disposiciones del “Sistema de Administración de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SASST)”, se procedió a clasificación de los distintos riesgos identificados anteriormente en: Riesgos Físicos, Mecánicos, Ergonómicos, Químicos, Psicosociales, Medio ambientales, Biológicos.

Se determinó que los restaurantes que se encuentran ubicados en el centro de la ciudad de Guayaquil carecen de un departamento que se encargue de la seguridad de los trabajadores, según la encuesta que se realizó indico que los restaurantes no constan con Plan de Seguridad y Salud Ocupacional, al momento de la contratación del personal solo se preocupan por la experiencia y la disposición de que empiecen a realizar sus actividades, sin previamente una capacitación. Así mismo existe un descuido total en los mantenimientos constantes a los equipos y mobiliario, no presenta las condiciones necesarias para un ambiente laboral seguro y calificado.

Es urgente e indeleble la implementación del Plan de Seguridad y Salud Ocupacional que mejorará el trabajo a todo el personal de los restaurantes, incluso dará un mejor aspecto al negocio y tendrá mejor acogida con los clientes.

### **Referencias bibliográficas**

- UTMACH. (2015). Obtenido de <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/>
- World Trade Organization. (2017). Obtenido de [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)
- Agudelo de Bedout, S. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde Colombia. Revista de negocios Internacionales, 2(1), 3-11.
- Allen, D. (2006). Comemos combustibles fósiles. Polis, Revista de la Universidad Bolivariana.
- Alvarez, G. (1992). El Costructo "Clima Organizacional": Concepto, teorías, Acciones Investigacion y Resultados Relevantes. Interamericana de Psocologia Ocupacional.
- Ancona, M., Camacho, M., & Garcia-muñoz, C. (2012). Motivacion laboral en empleados administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Revista internacial de administración y finanzas, 121-134.

Andrews, K. (1977). El concepto de estrategia en la empresa. Pamplona. Pamplona: Ed Universidad de Navarra.

Angulo, S. (5 de abril de 2017). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. El Comercio.

Anónimo. (16 de junio de 2016). Diario El Telegrafo - Economía. Obtenido de MAs de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por-presunta-estafa-masiva>

Ansoff, H. (1976). La estrategia de la empresa. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra.

Ansón Lapeña, J. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. Revista Española de Financiación y Contabilidad, 143-157.

Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. Revista Española de Financiación y Contabilidad, 143-157.

Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez, V. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. Revista Española de Financiación y Contabilidad, 143-157.

Apuy, L. (2008). Factores del Clima Organizacional que influyen en la Satisfacción Laboral del Personal de Enfermería, en el Servicio de Emergencias del Hospital San Rafael de Alajuela, Junio- Noviembre 2008. San José, Costa Rica.

Araujo, A., & Tapia, E. (2015). Economic Problems that Officials and Analysts are Worried About. El Comercio, 1.

Araujo, J. A. (2007). Rendimiento empresarial. Mediterraneo Economico, I(11), 60.

Arias . (2006). La investigación documental.

Arredondo, F., Maldonado, V., & De la Garza, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, Actitudes ante edad y género. Scielo, 24(43), 285.305.

Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. Matronas Profesión 2004; vol. 5(17), 23-29.

Asamble Constituyente. (2014). Código Orgánico Monetario y Financiero. Quito: Lexis.

Asamble Nacional. (2014). Ley Oránico de Discapacidades. Quito.

Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Lexis.

Asamblea Constituyente. (2009). Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera. Quito: Lexis.

Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. (2012). Reservas mundiales. España: CEIDA.

Awad, G., & Valencia, A. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. Reflexión Política, 80-89.

Aybar Arias, C., Casino Martínez, A., & López Gracia, J. (2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30121108>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la Responsabilidad Social Empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: Comunicado de Prensa.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>

Banco Mundial. (2013). Los principios de Ecuador. Estados Unidos: [http://www.equator-principles.com/resources/equator\\_principles\\_spanish\\_2013.pdf](http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_spanish_2013.pdf).

Barranco Saiz, F. J. (2010). Marketing Político. Madrid: ESIC Editorial.

Barrientos Felipa, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. Semestre Económico, 122-123.

BCE / INEC / Medios de Comunicación. (09 de marzo de 2017). Diario El Telégrafo. Obtenido de La quiebra de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas-costaron-usd-8-600-millones>

BCE. (2017). Banco Central del Ecuador. Obtenido de Preguntas Frecuentes / Fondos de liquidez:

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/ServiciosBCentral/FondoLiquidez/preguntasFrecuentes.pdf>

Bernal, C. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.

Boada, J. V., & Arguello, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicósomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema, Revista Anual de Psicología*, 125-131.

Bonilla, L. (29 de Mayo de 2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *El Observador Económico*.

Bosma, N., & Amorós, J. E. (2013). *Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe*. Concepción. Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. Obtenido de <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>

Bouhali, R. (2015). *Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning*.

Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. (2007). *Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe*. México: Teoría y Praxis.

Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J. (2007). *Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid.

Bustamante, J. (2013). *Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas, Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TESIS%20COMPLETA.pdf>

Cabrera M. (2013). *El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador*. Quito, Ecuador: tesis de grado Universidad San Francisco De Quito.

Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros. (2013). *Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos Escambray*. Santiago, Chile.: Editorial Edicasa.

Caligiore, I., & Diaz, J. (2003). *lima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio*. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 8. N° 24, 60-64.

Campos, G. (2003). *Implicaciones del Concepto de Empleabilidad*. *Revista Iberoamericana de Educación* (ISSN: 1681-5653).

Canals, A. (2003). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de *La gestión del conocimiento*: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>

Castro Martinez, L. (2012). *El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama*. *Norteamericana*, 14.

CEAACES. (2015). *La gestión e proyectos en las IES*. Guayaquil: Gobierno.

Cevallos, P. (10 de Enero de 2010). *Primary education is practically universalized according to Ecuadorian government*. *EFE News Service*, pág. 1.

Chaparro, L. (2006). *Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas públicas y privadas)*. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 7-32.

Chiang, M., Botelo, M., & Huerta, P. N. (2008). *Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas)* *Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos*. *Revista Universum* N: 23 Vol.2, 66-85.

Cibrán Ferraz, P., Prado Román, C., Crespo Cibrán, M., & Huerte Galbán, C. (2013). *Planificación Financiera*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

CIRFS. (02 de 08 de 2017). Obtenido de *European Man-Made Fibres Association* : <http://www.cirfs.org/>

Clark, C. (1940). *Las condiciones del progreso económico*.

Clement Norris & Pool Jhon. (1982). *Economía: Enfoque América Latina*. México: McGraw-Hill, Pág. 13.

Clerc, I. (2012). *Introducción a las condiciones del trabajo*. OIT. 346 p. Ginebra.

COMEX. (2015). *Importaciones - Evolución*.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. Bruselas: Comisión Europea.

Consejo Nacional de Educación. (2006). Plan Decenal de Educación. Quito.

Consortio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES). (2010). Quito.

Constitución. (1998). Art. 306. Quito.

Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2015). El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>

Coviello, M. (2003). Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: CEPAL.

Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P. (2010). UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. . Loja, Loja, Ecuador: : Universidad Nacional de Loja.

De la Torre, A. (2013). América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad. Obtenido de Artículos del Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Definiciones de desarrollo. (2012). Definiciones de desarrollo. Recuperado el Julio de 2017, de Definiciones de desarrollo,: <http://www.definicion.org>

Diario Expreso. (15 de Abril de 2015). Ecuador es un ejemplo en Bachillerato Internacional.

Díaz, M. (2001). Rendimiento. GpSerrano, I(32), 100.

Díaz, R. (2011). Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo Popular Caracas utilizando métodos prospectivos. Cuba: Tesis de Maestría, Universidad de Cienfuegos.

Diccionario de la lengua española. (2015). Real Academia Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es>

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). Macroeconomía. Décima edición. México: McGraw-Hill Irwin.

Duque, Y., Cardona, M., & Jaime, R. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Scielo, 29(50).

Economía y Finanzas internacionales . (13 de Junio de 2017). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecualliquidados S.A. (2017). Misión. Guayaquil: <http://ecualiquidados.com.ec>.

Edwards, S., & Rodríguez, A. (2008). Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes. Quito, Ecuador: Conservación Internacional.

EFE. (16 de Septiembre de 2005). Palacio asegura haber incorporado los Objetivos de Desarrollo del Milenio. La Hora Nacional.

El Telégrafo. (5 de Noviembre de 2011). “Hace bien, hace mejor”, sello estatal a la excelencia.

El Telégrafo. (2017). Sector y empleo informales en Ecuador. Obtenido de El Telégrafo : <http://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El Universo. (16 de septiembre de 2004). La educación, desde que EL UNIVERSO es testigo. EL UNIVERSO.

El Universo. (15 de Febrero de 2015). Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de RSE.

El Universo. (24 de Mayo de 2016). INEN implementará Mi primer sello de calidad para Mipymes.

Elizondo , A. (2002). Metodología de la investigación contable. México: International Thomson Editores S.A.

Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Obtenido de Emprende pon a andar tus ideas: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>

Eslava, E. (2015). Education in Latin America: Challenges and opportunities for philosophy in the region.

Universitas Philosophica Vol. 32, 223-243.

ESPAC. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano Ecuador. INEC. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

España, D., & Rivera, E. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Papel Político*, 1-42.

España Espinoza, D. A., & Rivera Aya, E. N. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Redalyc*, 17(1), 23.

Espinel, L. (2006). condiciones de rendimiento. *Dialnet*, I(30), 86.

Espinosa Andrade, A. (2015). Educational Statistics, Indicators' Report, Vol. 1, March 2015. Quito: Ministerio de Educación.

Esteban, G. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. *Dialnet*, I(28), 55.

Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., Jiménez Naranjo, H. V., & Hernández Mogollón, R. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Madrid. España. Portal Universia S.A. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>

Fernández, A., & Emandez, A. (1986). EK DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA, NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANALISIS. Madrid.

Ferrari, L. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. *Revista Mexicana de Física*, 36-43.

Figueiredo, A. (1993). El modelo del conflicto y la Teoría de Juegos. *Fundamentos Económicos*, 319.

FLACSO Ecuador y MIPRO . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>

Freile, C. (marzo de 2015). Para el Aula. Recuperado el 21 de abril de 2017, de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29)

Fuertes, M. O. (2005). Practicas de emprendimiento. *Dialnet*, I(15), 259.

Ganga, F., Piñones, M., & Saavedra, L. (2015). Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. *FENOpinaonline*.

Garabiza, B. (septiembre de 2015). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Economía.

García Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. *ESPOL Technological Journal*, 2-45.

García, A. (julio de 2009). Eumed.net. Obtenido de El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>

García, E. (2007). Influencia de las industrias en el Rendimiento. *Dialnet*, I(41), 180.

García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). ESTADÍSTICA EMPRESARIAL. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.

García, M. (2009). Clima organizacional y su Diagnostico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de administración*, 43-61.

García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / No. 42*, 43-61.

García, M., Hernández, T., Navarete, D., Alejandra, C., & Germán, S. (2014). Eelementos de los modelos



determinantes del clima organizacional. *European Scientific Journal*, 10(28), 107-122.

Gasca y Olvera. (2011).

Global Reporting Initiative. (1997). *Historia GRI*. Estados Unidos.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). GAD Municipal de Machala (GAD). Obtenido de <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>

Gomez, C. (2004). Diseño, construcción y validación de un instrumento que evalúa clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al ítem. *Acta colombiana de psicología*, 97-113.

Gomez, N. (2017). *El modelo de Triple hélice*. Guayaquil: UESS.

Gómez-Salas, J. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. *Investigación Económica*, 171-202.

Gonzalez. (2007). *variedad empresarial*. Ventura, 73.

Gonzalez. (2007). *Variedad Estratégica y rentabilidad empresarial*. *Economía Aplicada*, I(72), 200.

González, J. (2009). *La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles*. México: Divulgación.

Gottmann, J. (1973). *Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricità*. Torino: Einaudi.

Goyes, J. (21 de diciembre de 2012). *Clima organizacional en la Universidad del Valle*, documento de trabajo diagnóstico. Obtenido de Universidad del Valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>

Grajales. (2000).

Grajales, P. (2014).

Great Place To Work. (15 de noviembre de 2010). *Buen Clima Laboral, una tarea pendiente*. Diario Hoy.

Guerrero, G. (2012). *El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV*. IDE Business School.

Guerrero, R., Focke, K., & Rossini, F. (2010). *Redes de seguridad financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe*. Bogotá: BID.

Gutierrez, A. (2015). *La crisis financiera del 2008. Una visión desde la macroeconomía del desequilibrio*. *RES NON VERBA*, 116.

Hamel, G. (2011). *El futuro de la administración*.

Hansé, F. (2010). Quito: CERES.

Heritage Foundation. (2017). *2017 Index of Economic Freedom*. Washington, DC: Heritage Foundation.

Hernández Sampieri, R. (l. 2007. 336 p.). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid (España): . McGraw Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Hernández, Fernández y Baptista . (2006). *Metodología de la Investigación*.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F.: McGraw Hill .

Hernández, R., Mendez, S., & Contreras, R. (2014). *Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia*. *Contaduría y administración* 59 (1), 229-257.

Herzberg, F. (1954). *La Teoría de la Motivación-Higiene*.

Herzberg, F. (2003). *Una vez más : como motivar a sus empleados*. *Harvard Business Review*, 3-11.

Hurtado, M. (2017). *¿Cuál es el origen del emprendimiento?* Obtenido de <https://www.aulaclicks.com/cual-es-el-origen-del-emprendimiento/>

Industrias. (2016). *Las industrias de bebidas se fortalece con inversión*. *Vistazo*, 15.

INEC. (2014). *Encuesta de superficie y producción agropecuario continua ESPAC 2014*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). *Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo*

2010. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016 ). Reporte de Economía Laboral. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

Instituto Nacional de, S. (2012). Notas Técnicas de prevención. Primera Edición. Barcelona: : Editorial Series VZ.

Jácome, E. (13 de June de 2016). From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam. *El Comercio*, págs. 1-2.

Jiménez, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. *Energética*, 93-105.

Johnson G. y Scholes, K. (1996). Dirección estratégica. Madrid: Ed. Prentice Hall.

Jorge Palencia, I. B. (2007). La Gerencia de Proyectos de Responsabilidad Social. *ORBIS*, 69-72.

Kaplan, R., & Norton, D. (2005). Cuadro de Mando Integral. . Madrid: : Gestion 2000.

Kaplan, R., & Norton, D. (2008). Estrategia Corporativa. . Harvard Business School Press.

Klare, M. (2012). La geopolítica del gas natural . España: Papeles.

Kreps, D. (1990). Un curso de teoría microeconómica. Princeton : Princeton University Press, 120.

Krugman, P. (2008). Fundamentos de Economía . Barcelona: Editorial Reverté S.a++A.

Kuschick, M. (2010). Marketing y comunicación política . Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 41.

La Hora Nacional. (10 de diciembre de 2016). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.WS4YjfnYuUk>

Lastra, F. (2006). Rendimiento Rentabilidad . *yirepa*, 15.

Lastra, X., Coloma, J., Espinossa, D., & Herrera, F. (2015). Las energías renovables en la actividad turística. *Innovaciones hacia la sostenibilidad. Siembra*, 086-094.

Lema, B. M., & Ferrer, M. (2016). The investigative training of teachers: An imperative for higher technological institutes in Ecuador. *Santiago*, 266-279.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor . (2000). Quito.

Ley Orgánica de Discapacidades. (2012). Quito: Asamblea Nacional.

Líderes. (29 de Septiembre de 2014). El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento.

Líderes. (21 de Noviembre de 2016). El sector alimentos piensa en exportación.

Líderes. (11 de Enero de 2017). e trabaja para exportar más.

Líderes. (3 de Marzo de 2017). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.

Líderes. (11 de Abril de 2017). Un fondo de 10 millones de euros para Mipymes que apuntan a la Unión Europea.

Lima, M., & López, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Quito: CERES.

Littlechild, S., & Thompson, G. F. (1977). Teoría de Juegos y planificación de estrategias. *Campana Journal of Economics* vol . 8 , n° 1, 126.

Llano, L., & Mosquera, V. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad Nacional de Colombia.

López Mateo, C. (2010). Planeación Financiera en Mipymes de Industrias en Crecimiento: El Caso de los Laboratorios de Naturistas de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en PYMES. México. UNAM. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>

- López, A., Contreras, R., & Rubén, M. (2011). La RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario. Scielo, 261-283.
- Lopez, E. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá. Universidad & Empresa, 9-35.
- Lopez, J., & Maldonado, V. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the Eucation Ministry of Ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of Macas. Salesiana Academic Journal (Thesis), 23-107.
- Lousteau, M. (2011). Economía en 3D. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.
- Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). Games and Decisions. Wiley & Sons, 59.
- Luna Tamayo, M. (2014). Educational policies of Ecuador, 1950-2010: State deeds and society's initiatives. UNED, 1-362.
- Malhotra, N. K. (2016). INVESTIGACION DE MERCADOS. Mexico D.F.: Pearson Education.
- Mallo, P. E. (2005). LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. Buenos Aires: Congreso Metropolitano de Ciencias Economicas.
- Mankiw, G. (2012). Principios de Economía. México: Cengage Learning.
- Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. Revista Universidad EAFIT , 80-87.
- Manuel, F. (2001). Procesos estrategicos y Implicacion para el Rendimiento. Revista Anual, I(38), 116.
- MCCTH. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . EcuadorUniversitario, 1-2.
- Meier, P. (2014). Leveraging Uncertainty: A Practical Approach to the Integration of Responsible Innovation through Design Thinking.
- Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.
- Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.
- Mèndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. Mexico: Mc Graw Hill 3era Edición.
- Mendoza, M. (11 de Diciembre de 2016). Un viaje al origen del 'boom' bananero. El Comercio.
- Merino, L. (2012). Las energías renovables. España: Energías Renovables para todos.
- Ministerio Coordinador de la Producción, E. y. (2014). Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador-espaniol.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Más de 100 MIPYMES cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de MCE. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Fomento de las pymes ecuatorianas. Guayaquil-Ecuador: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2012). Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. La Habana: Instituto de Estudios e Investigaciones del trabajo.
- Ministerio del Trabajo. (2015). Seguridad y Salud en el Trabajo. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.
- MIPRO. (2012). Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores. Ministerio de Industria y Productividad.
- Mira, M. (2012). La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: un campo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores. España.
- Moliner. (2012). relacion con el rendimiento y rentabilidad en empresas. Papersdeturisme, 75.
- Morla, M. (12 de febrero de 2006). Cacao ecuatoriano glorias de siempre. El Universo.

- Mujica, M., & Perez, I. (2007). Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad. *Revista de Educación*, Año 13, Número 24, 290-304.
- Murillo, D. (2007). Rescatar la economía económica de Adam Smith. En *Ética, Economía y Empresa* (pág. 39). Barcelona: Gedisa.
- Murillo, D., & Arnau, G. (2007). *Ética, Economía y Empresa*. En *La dimensión moral de la economía* (pág. 84). España: Gedisa S.A.
- Naciones Unidas. (2000). *Declaración del Milenio*. Nueva York: Asamblea General.
- Nadal, A. (2002). *Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México*. México: Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.
- Narváez Liceras, A. (2017). *Finanzas Corporativas y estudios de casos*. Lima: Macro EIRL.
- Navarrete, J. (2012). *Política Económica*. México: Red Tercer Milenio S.C.
- Navarro, E. (2008). *Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción*. *Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización*, 1917-1927.
- Noblejas. (2012). Obtenido de *Página 7 Comunicación S.L. C/ Noblejas, 5 Bajo - 28013 Madrid*
- OCDE. (s.f.). Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>
- OCDE/CEPAL/CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*. Paris. Francia. OECD . Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>
- Ochoa Setzer , G. (2012). *Administración Financiera*. Mexico: McGraw-Hill.
- OEI. (2016). *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura*. Recuperado el 2017, de [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)
- Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *La transición de la economía informal a la economía formal* . Obtenido de Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)
- Ordiz, M. (2001). *Rendimiento*. *Dialnet*, I(45), 252.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2015). *Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca*. Roma, Italia: FAO.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)
- Ortega, A. (2016). *Semblanza del Dr. Rodrigo Borja Acto de Investidura Doctor Honoris Causa*. Guayaquil.
- Owen, G. (1968). *Game Theory*. Philadelphia: Saunders.
- Pacheco, L., & Pacheco, R. (2015). *Evolución de la educación superior en el Ecuador. La Revolución Educativa de la Universidad Ecuatoriana. Pacarina del Sur*.
- Páez, T. (2009). *Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de*. Universidad de Valencia, 1-14.
- Paladines, C. (2015). *Prospects for change in Basic Education and High School. Ecuador: 2007-2013. Praxis Educativa*; vol. 19, 3452.
- Palma, S. (2000). *Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias*. *Revista de Investigación en Psicología*, 11-21.
- Pardo Granizo, M. A. (2013). *Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro. Milagro. Ecuador. UEM*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>: <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>
- Patricio Peña, presidente del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa (IEGC). (28 de junio de 2017). *El Gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial*. Fundación Corresponsable.

- Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Jeremy, D., Rebecca, L., Maitlis, S., y otros. (2005). Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation. *Journal of Organizational Behavior*, 379–408.
- Pérez, R., & Carrillo, B. (2000). *Desarrollo local: manual de uso* (2da. ed.). Madrid: ESIC.
- Pino, J. (2007). Alto Rendimiento. *Andrews*, I(28), 60.
- Producción, R. a. (2014). [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec). Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf>
- Programa Formación de Formadores en RSE. (s.f.). Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?
- Pronaca. (2015). *Memoria sostenible de ser Pronaca*. Guayaquil.
- Quijije, B., & Verzosi, C. (2017). Ecuador: Desarrollo local y emprendimiento. En C. Ronny (Ed.), *Perspectiva del desarrollo regional sustentable en Ecuador* (págs. 47-66). Loja: Ediloja Cia. Ltda.
- RAE, R. (2017). *Diccionario de Lengua Española*. Obtenido de Estabilidad: <http://www.rae.es/>
- Ramírez González A. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*.
- Ramirez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). La Motivacion laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tuberia de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 143-148.
- Ramos Ferrin, V. L. (2006). *AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005*. Guayaquil.
- Ratzel, F. (1902). *La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida*. Alemania.
- Real Academia Española. (29 de junio de 2012). *Diccionario*. Obtenido de Sitio web de la Real Academia de la Lengua: <http://www.rae.es/>
- Red de Firmas (PwC). (2016). *Informe del King IV sobre Gobierno Corporativo™ para Sudáfrica 2016*. Sudáfrica: PwC.
- Reinoso, H., & Araneda, B. (2007). Diseño y validacion de un modelo de medicion del clima basado en percepciones y expectativas. *Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre*, 42.
- Rentería, E. (2004). *Empelabilidad: una lectura psicosocial*. Seminario Los Trabajos de la Globalización. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.
- Restrepo, L., & Gonzalez, J. (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias*, 183-192.
- Revista Ekos. (06 de 2015). *ekosnegocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>
- Revista Ekos negocios. (2011). *Conformación de la Norma ISO 26000*. En *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).
- Revista Ekos negocios. (2011). *ELCAFÉ y su responsabilidad social*. En [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com) (Ed.), *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 68-69). Ecuador.
- Revista Ekos negocios. (2011). *Nestlé: Creación de valor compartido*. En *Empresas con Responsabilidad Corporativa* (págs. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).
- Revista Ekos negocios. (2017). *Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB*.
- Revista Líderes. (2015). *La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador*. Obtenido de *Revista Líderes*: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>
- Reyes, P. (2016). *Combustibles fósiles y contaminación*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Rio, M. d. (2013). *Relacion entre rentabilidad y rendimiento*. *Economía*, 73.
- Rios, M. F. (2007). *Procesos de Rentabilidad en una Organizacion*. *Psicothema*, I(8), 102.
- Rodríguez Puente, E. (enero de 2005). *Boletín Técnico*. Obtenido de

- [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL\\_08\\_05\\_MTY\\_FC.PDF](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL_08_05_MTY_FC.PDF)
- Rodriguez, D. (2005). *Diagnóstico Organizacional*. Buenos Aires: Editorial Alfaomega.
- Rosero, R., Bermúdez, J., Gómez, G., García, M., & Reyes, I. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 267-284.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). *Finanzas corporativas*. Mexico: McGraw-Hill Companies.
- Rubio Domínguez, P. (2008). *Inreoducción a la Gestión Empresarial*. Madrid: INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.
- Rubio, P. (2007). Manual de Analisis Financiero. *Derecho y Economía*, I(2), 10.
- Sack, R. (1986). *Human Territoriality: Its theory and history*. Cambridge University : Press.
- Salgado, J., Remeseiro, C., & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. *Psicothema* , 329-335.
- Samuelson, P. (2001). *Macroeconomía*. Décima sexta edición. Barcelona: Mc. Graw Hill.
- Samuelson, Paul y Nordhaus William,. (2005). *Economía*. Mexico: McGraw -Hill. 18.a.ed.
- Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *researchgate.*, 50-62.
- Sánchez, J. (Noviembre de 2015). Tesis de maestría . *Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano en Ecuador*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Ciencias Económicas.
- Santos, M. (1994). *O Retorno do Território*. São Paulo: Hucitec-ANPUR.
- Sarmiento, S., & Montoya, J. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.
- Sashkin, M. (1996). *El Cuestionario MbM Gestion por motivación*.
- Satterthwaite, M. A. (1975). *Economía, aplicacion de estrategia en la teoria de juegos*. *J. Econ. Theory*, 187-217.
- Schotter, A., & Schwodiauer, G. (1980). *Economía y Teoría de Juegos*. *diario of Economic Literature*, 89.
- Secretaria de Relaciones Migratorias y Consulares. (Julio de 2007). *Política Migratoria del Ecuador*. Obtenido de <http://www.refworld.org/pdfid/49002e312.pdf>
- Segovia, F. (Noviembre de 2016). Sixto Durán Ballén, el señor Presidente. *El Comercio*.
- Semplades, S. (2013). *Plan nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Semplades.
- Senge, P. (2003). *La Quinta Disciplina, El Arte y la Práctica de las Organizaciones que Aprenden*. . Currency.
- Serrano Carmona, A. (25 de October de 2015). 47% of working children in Ecuador, in risk situations. *'La Hora'*, págs. 1-3.
- Shubik, M. (1987). *Game Theory in Social Sciences*. Massachusetts: MIT Press.
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. Londres: Alianza.
- Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. (1990). *Economía*. España: MacGraw-Hill, Pag. 3.
- Stieler, U. (16 de Julio de 2014). *Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador*. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>
- Stiglitz, J. (2002). *El malestar en la globalización (1era ed.)*. España: Litografía Losés S.A.
- Superintendencia de Compañía del Ecuador. (2011). *Superintendencia de Compañía del Ecuador*. Obtenido de [www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)
- Tafur, G. (2016). *Impact of New Policies of Higher Education in Universities and Polytechnic Schools of Ecuador*. *Business Magazine*, 27-34.
- Talledo, M., & Solòzano, D. (2013). *Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Tarantino , S. (16 de 06 de 2012). *De gerencia*. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de-indicadores>
- Tedesco, J. C., & Lopez, N. (2002). *Secondary Education challenges in Latin America*. *CEPAL Magazine*, 55-69.

- Tirole, J. (1988). *La teoría de juegos en la organización industrial*. Cambridge: MIT Press.
- Tomalá, M. (2003). *Terminos Económicos*. Manta: Análisis Ediciones.
- Topanta Vera, M. I. (2010). *Diseño e implementación de Indicadores de Gestión*. Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Guayaquil, Guayas, Ecuador:: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- Toro, F. (1996). *Clima Organizacional y Productividad*. Temas de administracion, 66-72.
- Torres, R. M. (1990). *Alfabetización de adultos en América Latina: Problemas y Tareas*. Quito: Ciudad Centro de Investigaciones.
- Transparency International. (2017). *Transparency International*. Recuperado el 24 de abril de 2017, de [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)
- UNESCO. (1988). .
- UNESCO. (2006). *El currículo a debate. PRELAC Proyecto regional de educación para américa latina y el caribe*, 1-160.
- UNESCO. (2014). . *MARCO DE ACCION PRIORITARIA*.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). *Reglamento de Elecciones y Referendo Reformado Abril 2017*. Machala: Secretaría General.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). *Resoluciones*. Machala: Consejo Universitario.
- Valdez, A. (2015). *Elaboración de un manual de procedimiento de Seguridad e Higiene del Trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construcción de obras civiles en la empresa FAGA de la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/UPS-GT001284.pdf>.
- Valdez, A. (s.f). *Influencia del Rendimiento*. Dialnet, II(28), 46.
- Vallaes, F. (. (2003). *La etica y moral en las instituciones*.
- Van Horne C., J. W. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera (Decimotercera edición ed.)*. México, México: Pearson Educacion.
- Vásquez, H., & Dacosta, O. (2007). *Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas*. Ingeniería Investigación y Tecnología, 249-259.
- Vega, D, Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. C., & Giraldo, J. (2006). *Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005)*. Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2, No. 2, 429-349.
- Véliz, J., & Díaz, S. (2014). *El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil*. Universidad ESAN, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.
- Villacís, M. (2012). *El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012*. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Villar, L. (2007). *Estado de derecho y Estado social de derecho*. Revista Derecho del Estado,, 10(20), 73-96.
- Vinogradoff, L. (05 de 04 de 2014). *Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano Leopoldo López*. ABC International.
- Vistazo. (2016). *La industria de bebidas se fortalece con inversión*.
- Viteri Diaz, G. (2006). *Education situation in Ecuador*. Latin American economy Observatory, 1-24.
- Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de latinoamerica*. Washington.
- Wateryear. (2007). Obtenido de [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007
- world bank group. (2006). *¿Qué es RSE?*
- Yakumuseoagua. (2008). Obtenido de [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008
- Zavala Egas, Z. (1999). *Corrupción política: El caso del Ecuador*. Corrupción política: El caso del Ecuador. Guayaquil.





# Creación en la ciudad de Machala de una empresa comercializadora internacional de productos ecuatorianos, orientada hacia el mercado de Colombia

**Jorge Eduardo Arias Montero**

Universidad Técnica de Machala  
jarias@utmachala.edu.ec

**Javier Alejandro Bermeo Pacheco**

Universidad Técnica de Machala  
jbermeo@utmachala.edu.ec

**Juan Ramiro Guerrero Jirón**

Universidad Técnica de Machala  
jguerrero@utmachala.edu.ec

**Manuel Arcesio López Feijoo**

Universidad Técnica de Machala  
malopez@utmachala.edu.ec

## Resumen

En este artículo se presenta una investigación basada en la problemática de la inexistencia, en la ciudad de Machala, de una empresa comercializadora internacional de productos ecuatorianos dirigido al mercado de Colombia que permitió analizarla necesidad de establecer una empresa comercializadora internacional con Colombia, ya que es un destino de muchos productos ecuatorianos por ser vecinos y miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), la metodología utilizada está basada en la aplicación del método deductivo para la demostración teórica y empírica. El objetivo es determinar las características del mercado colombiano para crear una empresa comercializadora internacional en la ciudad de Machala, Por lo cual se realizó un estudio de mercado (oferta y demanda de los servicios), factibilidad, rentabilidad y evaluación financiera, con el cual se aspire motivar los emprendimientos en los diferentes ámbitos de negocios por parte de los empresarios, productores y exportadores de la provincia de El Oro.

**Palabras claves:** comercializadora internacional, mercado colombiano, productos ecuatorianos, exportación.

## Abstract

This article presents an investigation based on the problem of the inexistence in the city of Machala of an international trading company of Ecuadorian products directed to the market of Colombia that allowed to analyze the need to establish an international trading company with Colombia, since Is a destination of many Ecuadorian products as neighbors and members of the Andean Community of Nations (CAN), the methodology used is based on the application of the deductive method for the theoretical and empirical demonstration. The objective is to determine the characteristics of the Colombian market to create an international trading company in the city of Machala, whereby a market study (supply and demand of services), feasibility, profitability and financial evaluation was carried out. Aspire to motivate the entrepreneurs, producers and exporters of the province of El Oro in different business areas.

**Keywords:** International Trading, Market Colombian, Ecuadorian products y Export.

## Introducción

La investigación presentada en este texto tuvo como objetivo principal analizar por qué no existe en la ciudad de Machala, provincia de El Oro, una empresa comercializadora internacional de productos dirigidos hacia el mercado de Colombia. En esa medida, para desarrollar el problema, se determinaron las características del mercado colombiano para crear una empresa comercializadora internacional en la ciudad de Machala, Provincia de El Oro. A su vez, se establecieron las normativas y artículos pertinentes dentro de los acuerdos comerciales existentes en la CAN, que favorecen la creación de una empresa comercializadora internacional en la ciudad de Machala. Por último, se analizó e identificó la falta de un estudio técnico para la creación de una empresa comercializadora internacional y las necesidades logísticas de distribución específicas.

Cabe resaltar que la importancia del objeto de estudio radica en el hecho de que el esquema de los propios servicios surge como respuesta a una demanda insatisfecha de servicios de comercialización internacional. La utilidad práctica de la propuesta está dada en la posibilidad real de que pueda ser asimilada y ejecutada por la empresa privada de El Oro, preferentemente. Por ende, es necesario señalar que la trascendencia rebasa el interés personal y se circunscribe en una necesidad y aspiración institucional y ciudadana, en la medida que este tipo de estudio se inscribe en el marco de las líneas prioritarias de investigación que impulsa la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad de Machala, en perspectiva de alcanzar el desarrollo socioeconómico de la provincia de El Oro.

En términos generales, pueden definirse a las comercializadoras internacionales (CI) como una sociedad mercantil especializada con una gran capacidad para detectar y generar negocios de larga duración y concretarlos en los diferentes mercados mundiales. A nivel global:

Las CI son reconocidas como “Trading Company”, una forma de “Gestión de Mercado indirecto” dirigidas a las empresas productoras de bienes y servicios que desean moverse o están en el ámbito del comercio internacional, o bien, como “Empresas de gestión de exportación y/o consultores de Exportación (Export Manager Company), modalidad más común que opera bajo el sistema de Outsourcing o tercerización (Proexport Colombia, 2015).

Las CI deben tener un amplio portafolio de servicios basado en el estudio de los elementos que afectan y componen el mercado de sus clientes, incluyendo las tendencias, la competencia, los canales de distribución, la logística de la exportación, los tiempos de despachos y entrega, el mantenimiento y contacto de clientes, el contacto con distintas comercializadoras, entre otros.

Básicamente, la razón de su efectividad y la importancia que tienen en este momento en la gestión de las exportaciones, se debe a que brindan la oportunidad de agrupar a varios proveedores de un mismo sector y sirven de canal para investigar mercados, buscar nuevas oportunidades de negocios, asesorar en adecuación de productos y exportar como mayoristas en mercados o “nichos” exigentes y puntuales.

La perspectiva de buscar mercados para exportaciones y mejorar los ingresos de las empresas “Una de las decisiones más importantes que deben tomar las compañías exportadoras y los productores visionarios que desean expandir sus operaciones hacia el extranjero, es saber elegir la forma de ingreso en los mercados internacionales”(Estrada, 2010, pág. 48), según el autor es relevante visionar de manera extrapolaría y creativa para generar mercados internacionales.

## Metodología

Los métodos utilizados en la investigación se basaron en la aplicación del método deductivo para la demostración teórica y empírica. De igual forma, se aplicó el método de proyección y se utilizó como apoyo la estadística. También se hizo necesaria la investigación histórica mediante series estadísticas de análisis econométrico. Por un lado, en cuanto a las técnicas de investigación generales se emplearon la observación, la entrevista y la encuesta, por otro, las técnicas particulares que se usaron fueron: el muestreo, las proyecciones y el fichaje.

## Unidades de investigación

Las unidades de investigación que se determinaron en la investigación son las que se exponen en la tabla 1.

**Tabla 1.** Unidades de investigación

Personas	Documentos	Bienes materiales	Procesos
Empresarios	Reportes	Estructuras logisticas	Comercialización
Productores	Acuerdos	Fisicas	Trámites aduaneros
Directivos	perfiles de colombia	Tecnologicas	

**Fuente:** Eduardo Arias (2016)

## Universo y muestra

Las características de las unidades de investigación identificadas determinaron la necesidad de establecer particularidades en relación al señalamiento del universo investigativo y la selección de la muestra representativa.

## Productores de la provincia de El Oro

El universo investigativo lo constituyen los productores de la provincia de El Oro, principales ofertantes de productos de exportación. Según datos de las Cámaras de Comercio y de Industrias, son 220 personas, de quienes es preciso conocer sus opiniones y criterios respecto a la producción actual y la posibilidad de expansión de los cultivos y elaboración de productos una vez que se cree una comercializadora internacional. Como el universo investigativo era demasiado grande se procedió a diseñar técnicamente una muestra representativa para que los resultados fuesen validos a todos los propietarios.

Para la selección de la muestra se utilizó un procedimiento sencillo que se inició con la aplicación de la siguiente fórmula estadística:

Fórmula para obtener el tamaño muestral:

$$M = \frac{N}{1 + (\% EA)^2 \times N}$$

- M = muestra
- N = población universo
- 1 = valor Constante
- EA = error Admisible
- % = porcentaje (reducido a decimal)
- (% EA) = porcentaje de error admisible elevado al cuadrado

Para efectos del caso, se estimó un margen de error admisible del 5% (es decir de 0.05), quedando los datos establecidos de la siguiente manera.

$$tm = \frac{220}{1 + (0.05)^2 \times 220} = tm = \frac{220}{1.55} = 141$$

En consecuencia, la muestra representativa para la aplicación de la boleta de encuesta fue 141 productores.

### **Boletines informativos, estadísticas y publicaciones de instituciones provinciales y nacionales vinculadas al comercio exterior**

El acceso a la información que proporcionan las instituciones provinciales y nacionales vinculadas al comercio exterior (Corpei, Fedexport, Cámara de comercio Machala y Guayaquil, Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de Relaciones Exteriores, etc.) es un espacio vital para conocer las características de la demanda internacional sobre los productos que se pretenden comercializar. Para el efecto se realizó una lista de las principales instituciones, de la información que disponen y los mecanismos que acceden a la misma. El listado de las instituciones y sus publicaciones constituyen el universo investigativo.

### **Internet**

El servicio de internet constituye un mecanismo de información moderno y funcional que proporciona información actualizada y específica acerca de la demanda del producto en el mercado de destino. Para efectos de la investigación, se procedió a consultar las páginas y sitios web de las principales instituciones nacionales y extranjeras que guardan información inherente a la investigación. Para este caso, se identificaron los espacios web que interesan, situación que equivale a la selección de una muestra no probabilística o lo que es lo mismo, la selección de una muestra a criterio de experto.

### **Empresa comercializadora internacional**

Para este caso, se seleccionó una empresa comercializadora internacional de reconocida experiencia y solvencia a nivel nacional, la misma que sirvió para la identificación de:

- Infraestructura física;
- Servicios que ofertan;
- Proceso documental
- Logística.

### **Entrevista**

En el caso de las entrevistas el universo lo constituyeron tres empresarios conocidos que podían invertir en el proyecto, de quienes se requirió información sobre costos, financiamiento, logística, etc.

### **Resultados**

Por medio de cuadros, se demuestra cuál ha sido el nivel de comercio binacional entre Ecuador y Colombia y cuáles son los productos que aún no se comercializan entre estos dos países y qué se puede empezar a hacer (ver tabla 3).

**Tabla 2.** Balanza comercial bilateral, Colombia-Ecuador

Exportaciones	375.592,33	334.838,25	471.151,32	715,281,75	650.644,55
Importaciones	887.740,74	1.107.147,86	1.332.733,15	1.494.058,73	1.436.352,73
Balanza comercial	-512.148,41	-772.309,61	-861.581,83	-778.776,98	-785.708,18

**Fuente:** Comunidad Andina de Naciones(2007)

Durante el año 2007 se registró el mayor incremento en el número de partidas exportadas hacia Colombia. Este crecimiento, muy a parte del aumento de la propuesta exportadora hacia el país vecino del norte obedece a

varios cambios en la política arancelaria con el cambio de aranceles a ciertos productos y de nominación a ciertas partidas. Asimismo se ve afectado por factores externos como la negociación del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos, entre otros factores.

La concentración de las 10 principales partidas arancelarias representa menos de la mitad de las exportaciones hacia Colombia, con un aumento menor al 10% en un periodo de 5 años. Midiendo el crecimiento en la cantidad de productos (de 883 a 1300) se podría concluir que los 10 principales productos demandados por el mercado colombiano han ganado mayor participación.

Ecuador exporta a Colombia arroz, vehículos y atunes, principalmente. Como se mencionó anteriormente, dentro de los diez productos más exportados hacia este país se concentra menos del 50% de las exportaciones totales. De este porcentaje, los productos mencionados representan alrededor del 25% de las exportaciones. Cabe resaltar el crecimiento acelerado de las exportaciones de vehículos, que, en este periodo, incluso, se han convertido en uno de los productos más representativos en volumen y valor de exportaciones hacia este país.

La importación de ciertos productos requiere la inscripción del importador o la expedición de permisos o autorizaciones expresas de alguna entidad. En el caso de materiales vegetales, productos de origen animal e insumos agropecuarios, se debe acudir al Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). Para productos de pesca y acuicultura, es necesario remitirse al Instituto Nacional de Pesca y Acuicultura.

Colombia, por ser parte de la Comunidad Andina, otorga un cero por ciento de arancel a la mayor parte de los productos que son importados desde el Ecuador, dándole así una ventaja al producto ecuatoriano en comparación con ciertos productos centroamericanos, que son una importante competencia.

### **Importancia de las empresas en el comercio internacional**

La empresa es de mucha importancia para el desarrollo socioeconómico del lugar donde este establecida, ya que para la elaboración y venta de su producto o servicio necesita contar con recursos humanos, tecnológicos, materia prima, los materiales de embalaje, certificadoras de calidad, transporte etc., lo cual genera ingresos económicos para los trabajadores, que se reflejan en el bienestar de las familias y mejoras en el comercio por el aumento del circulante. De igual manera, el Estado se beneficia por el cobro de impuestos causados por las ventas y las utilidades de la empresa.

En la vida de toda empresa el factor humano es decisivo. La administración establece los fundamentos para lograr armonizar los numerosos y, en ocasiones, divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores.

Toda empresa que intenta incursionar al mercado internacional tendrá una serie de inconvenientes que por su falta de experiencia le será difícil llevar de una forma eficiente en aspectos como: transportación, trámites de documentos para importar o exportar, asesoramiento en negociación internacional, con tactación de ofertantes y demandantes en el mercado; razón por la cual se obligan a requerir los servicios de una empresa internacional experta en la prestación de servicios para la comercialización.

Finalmente, se puede definir a una empresa de este tipo como una entidad que busca ayudar a otras empresas que quisieran establecer lazos comerciales en el contexto internacional, centrándose en dar facilidades a las mismas de producción exportable y a los capitales que busquen importar mercaderías dando soluciones

logísticas para sus exportaciones o importaciones buscando la alternativa más competitiva en cuanto a transporte, asesoramiento y la legalización de la actividad del comercio internacional.

Para poder enfocar de una forma correcta el campo de operaciones de la empresa se considera que “es conveniente hacer referencia a lo que es el Comercio Internacional, en teoría consiste básicamente en la introducción de productos extranjeros a un país y la salida de estos a otro país” (Mercado, 2000). El principal motivo que da origen al comercio entre los países es la necesidad de adquirir aquellos productos que no están en capacidad de producir por diferentes razones.

### **Exportación e importación**

La exportación es la realización de una venta más allá de las fronteras arancelarias en la que está situada la empresa; “exportar es vender y solo vender” (Mercado, 2000), y por eso se entiende que su fin es el de lucrar económicamente. El origen cierto de toda exportación se da en el principio de que todos los países no pueden producir todo lo que necesitan, ya sea por falta de recursos o por los elevados costos para producir frente a los precios de la producción internacional, sin contar que en la actualidad se da una evolución constante de la tecnología y día a día se dan nuevos modelos de aparatos electrónicos.

La exportación tiene suma importancia para un país porque “es necesario mejorar su balanza comercial para obtener ingresos de divisas y poder nivelar el desequilibrio es sus pagos con el exterior y financiar su presupuesto para sostener la economía y el bienestar de sus habitantes; en cambio para las empresas productoras y exportadoras es la obtención de beneficios”(Mercado, 2006).

La forma más simple de operar en el extranjero es exportando, ya sea directamente a los importadores de otros países, ya sea mediante intermediarios exportadores- importadores. En los mercados internacionales, lo mismo que en los mercados domésticos, hay comerciantes intermediarios y agentes intermediarios.

En cuanto a la importación se puede decir que se da por el mismo principio de exportar, pero con sentido contrario, ya que es la búsqueda en el mercado externo de productos que en el país del importador no produzcan y le estén necesitando entonces. Por ende, es la introducción en el país del importador de géneros, artículos, bienes de capital que, por diversos motivos, no se producen en el país en cuestión, teniendo como fin o propósito el de generar utilidades para la empresa que realiza esta actividad.

### **La logística de la cadena de distribución**

La logística es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios que se requieren para la administración estratégica del flujo, almacenamiento y traslado de una mercadería desde una fábrica o almacenamiento del exportador o distribuidor hasta el local del importador de tal manera, que estos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto, cumpliendo con los pedidos a precios competitivos, calidad óptima y entrega bajo el concepto de justo a tiempo.

En cada uno de estos procesos aparece la infraestructura de transporte como una parte indispensable para la movilización física de la mercadería objeto de la negociación, es decir la carga, la misma que debe ajustarse a los requerimientos internacionales y contar con un embalaje y marcado adecuado. El flujo de los bienes de exportación también está relacionado directamente con un rápido trámite de la documentación y de la información requerida, que hoy en día con la tecnología actual es inmediata.

## El Transporte

El transporte comercial moderno está al servicio del interés público e incluye todos los medios e infraestructuras implicados en el movimiento de las personas o bienes, así como los servicios de recepción, entrega y manipulación de tales bienes. El transporte comercial de personas se clasifica como servicio de pasajeros y el de bienes como servicio de mercancías. Como en todo el mundo, el transporte es y ha sido en Latinoamérica un elemento central para el progreso o el atraso de las distintas civilizaciones y culturas.

Según (Gonzalo, 2007) el transporte desempeña un papel integral en lo social, económico y político del mundo, especialmente en el transporte de mercaderías, por lo que los medios de transporte se han clasificado en los siguientes tipos: marítimo, aéreo, terrestre y multimodal

- Transporte marítimo: modalidad de transporte internacional de mercancías que se opera mediante barcos, barcazas, veleros u otro tipo de embarcaciones cuyo medio de desplazamiento sea el mar. No obstante, en el comercio interno puede emplearse el transporte marítimo para trasladar las mercaderías de un punto a otro de la costa, dicha operación recibe el nombre de cabotaje.

- Transporte aéreo: modalidad de transporte internacional de mercaderías que puede cumplirse en aviones, aeroplanos, helicópteros, etc. De carga exclusivamente o de carga y pasajeros.

- Transporte terrestre: según Mercado esta modalidad de transporte de mercaderías utiliza en todo su recorrido vehículos motorizados por carretera, en virtud de un contrato de transporte, desde un lugar situado en un país en el cuál el transportista autorizado toma las mercaderías bajo su responsabilidad hasta otro lugar designado para su entrega en un país diferente (2006).

- Transporte multimodal: es el movimiento de personas o mercancías en la misma unidad cerrada, o contenedor, sobre dos o más modos diferentes de transporte se conoce como transporte multimodal.

El modo de transporte es el sistema que, valiéndose de los medios, es susceptible de ser evaluado económica y operativamente, según los llamados planos de valor de tráfico. Los modos son combinaciones de redes, vehículos y operaciones, e incluyen el andar, el camión, el sistema de carretera, los ferrocarriles, el transporte marítimo (barcos, canales, y puertos) y el transporte aéreo (aeroplanos, aeropuertos y control del tráfico aéreo), por ejemplo, el medio es un buque y el modo, el marítimo.

El transporte internacional de carga (TIC) se define como “la operación de trasladar productos (carga) suministrando un servicio por un precio denominado flete, desde el país de origen (exportador), hasta el país de destino (importador)” (Gonzalo, 2006). El TIC se puede realizar a través de los modos aéreo, acuático (marítimo y fluvial), terrestre (carretero y ferroviario) o por una combinación de dos o más de dichos modos (transporte intermodal).

Las empresas que llevan a cabo operaciones de transporte internacional de mercancías se denominan transitarías. Existen diversos convenios que regulan los términos y condiciones en que se realizan el transporte de las mercancías: quién se hace responsable de qué gastos, seguros de transporte etc.

En la ejecución de una operación de TIC es necesario tener en cuenta información que surge de dos contratos estrechamente vinculados entre sí: el contrato de compraventa internacional y el contrato de transporte, cada

uno de los cuales se materializa en un determinado documento.

### **Mercado**

Los mercados, en la terminología económica, se comprenden como el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse. Se entiende de esta manera por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. En un sentido económico general, mercado “es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entrecualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás”(Gestiopolis, 2015).

### **Estudio de mercado**

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual “se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo”(Gestiopolis, 2015).Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa. Finalmente, el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

### **Oportunidades de mercadotecnia**

Se compone de cinco elementos básicos: una necesidad o deseo, el poder adquisitivo, la disposición para comprar, la capacidad de provisión y una alta probabilidad de obtener un beneficio

Por tanto, si se observa una necesidad o deseo en un determinado mercado, es recomendable darse el tiempo necesario para indagar si el segmento observado tiene poder adquisitivo y si tiene la disposición para comprar aquello que les hace falta. Luego, viene la pregunta de si la empresa, organización o persona (que quiere aprovechar esa oportunidad de mercadotecnia) está en la capacidad de cubrir la demanda de forma óptima y si tiene una alta probabilidad de generar utilidades al hacerlo(Thompson, 2015).

### **Marketing internacional**



Según el Grupo Inversor Veracruzano , 2013, cuando la empresa se plantea iniciar un proceso de internacionalización lo hace motivada por dos razones; en primer lugar, porque la empresa observa oportunidades en otros mercados o bien por las amenazas que encuentra en el mercado laboral, amenazas que pueden venir de un descenso de la demanda local, o por un incremento en el mercado laboral.

El marketing es la planeación y conducción de transacciones a través de las fronteras nacionales para satisfacer los objetivos de los individuos y las organizaciones. También se dice que es la aplicación de la mercadotecnia entre unos mercados nacionales y otros que se encuentran fuera del país de origen; abarca tanto a los consumidores como a las organizaciones privadas o públicas.

Una empresa cuyos productos se venden en dos o más países realiza marketing internacional. Los principios básicos del marketing se aplican a este, de igual forma que al marketing doméstico. Sin importar si una compañía de Ohio vende en Toledo, Taiwán o Alemania, su programa de marketing deberá girar en torno a un buen producto que tiene un precio adecuado, que se promueve bien y que se distribuye a un mercado seleccionado con mucho cuidado.

La especialización internacional y las fuentes de abastecimientos a lo largo de distintos países son necesarias para hacer eficiente la producción. En los mercados internacionales se analizan distintos aspectos. Uno de ellos es la etapa de desarrollo económico en que se encuentra la nación. Se estudian también factores tales como costumbres de la población, segmentaciones del mercado y el sistema político social del país.

Una empresa pasa del mercado doméstico al internacional por varias razones. La primera es simplemente la existencia de los mercados internacionales. Existe una gran demanda de muchos productos de consumo en las naciones subdesarrolladas. La segunda es que al irse saturando los mercados domésticos, los fabricantes buscan mercados internacionales, y latercera, que algunos países poseen recursos naturales y humanos muy singulares que les dan una ventaja comparativa, cuando se trata de producir ciertos bienes, y la cuarta, la expansión internacional que permite contar con una ventaja tecnológica. En un país, una industria determinada, frecuentemente alentada por el gobierno y estimulada por los esfuerzos de unas cuantas compañías, adquiere una ventaja tecnológica sobre el resto del mundo.

Básicamente, en cualquier negocio que se vaya a llevar a cabo existe riesgo, pero este es mayor cuando no se planifica bien, es por este motivo antes de decidir ingresar a cualquier mercado “se debe realizar una investigación seria para tener un amplio conocimiento de todos los procedimientos que se necesitan para hacer una comercialización exitosa, y no correr riesgos innecesarios” (Centro de Comercio Internacional y Federación Ecuatoriana de Exportadores, 2010).

Es por este motivo que exportar no es simplemente vender un producto por primera y única vez, sino que, por el contrario, es establecer la primera comercialización dando paso a otras indefinidas, por lo que es necesario ser conscientes de que el producto cuente con las características fundamentales de ser no solamente bueno sino de tratar cada día que sea el mejor del mercado, de esta manera se podrá competir con mayor confianza en los mercados, obteniendo mayor utilidad tanto cuantitativa como cualitativa.

### **Conclusiones y discusión**

La provincia de El Oro se encuentra estratégicamente ubicada en la parte sur del Ecuador en la frontera con el Perú y limita con las provincias de Azuay, Loja y Guayas que configura una zona de influencia comercial, donde

existe una excelente producción de productos primarios e industrializados que pueden ser comercializados directamente desde Machala por una empresa Orense en los mercados internacionales como Colombia, debido a que ambos países son integrantes de la Comunidad Andina, lo que facilita el comercio exterior por la cantidad de partidas arancelarias con arancel cero de los productos originarios de los países integrantes de la CAN. Pero, lamentablemente, en la provincia de El Oro no se ha aprovechado las condiciones favorables existentes y no se ha configurado una empresa que sirva de nexo comercial entre Perú, Ecuador y Colombia, debido al desconocimiento de las normativas legales especiales para el funcionamiento de estas empresas y de los acuerdos entre los países miembros de la CAN, que ha originado que no exista un estudio de mercado, un estudio técnico financiero, ni se haya identificado plenamente las fuentes de abastecimiento de los productos, desaprovechándose las oportunidades comerciales para mejorar el intercambio de productos entre estos países, en perspectiva de mejorar el desarrollo comercial y económico de la provincia de El Oro.

### Referencias Bibliográficas

- Centro de comercio internacional; federacion ecuatoriana de exportadores. (2010). La clave del Comercio Exterior. Quito, Ecuador: FEDEXPORT.
- Estrada. (2010). Formas de entrada en los mercados del exterior Estrategias para la exportación. Cuadernos de Negocios Internacionales e Integración., 47-52.
- Gestiopolis. (10 de 12 de 2015). Gestiopolis. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/estudio-de-mercado-y-de-factibilidad-de-producto/>
- Gonzalo, B. (2007). Términos Usuales en el Comercio Internacional. Quito, Ecuador: PUDELECO Editores S.A.
- Grupo inversor veracruzano . (29 de 08 de 2013). Comercio exterior y tecnología . Obtenido de [http://grupoinversorveracruzano.blogspot.com/2013\\_08\\_01\\_archive.html](http://grupoinversorveracruzano.blogspot.com/2013_08_01_archive.html)
- Mercado, S. (2000). Comercio Internacional. Mexico: Limusa.
- Mercado, S. (2006). Comercio Internacional y Mercadotecnia Internacional. Mexico: Limusa.
- Mercado, S. (2006). Comercio Internacional y Mercadotecnia Internacional. Mexico: Limusa.
- Proexport Colombia. (10 de 12 de 2015). antiguo.proexport.com.co. Obtenido de <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo8731DocumentNo7194.PDF>
- Thompson, I. (15 de 12 de 2015). Promonegocios.net. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/plan-mercadotecnia.html>

# CAPÍTULO XI

## INVERSIONES



# Teoría del juego en las decisiones de maximización de la riqueza del inversionista

**Cesar Freire, Profesor**

Universidad Agraria del Ecuador

cfreire@uagraria.edu.ec

**Félix Carrera Buri**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Felix.carrera01@cu.ucsg.edu.ec

**Víctor Calle**

Universidad Agraria del Ecuador

Guayaquilvcal@uagraria.edu.ec

## Resumen

El propósito de este artículo es representar el estudio de la teoría de juegos en un proceso de dirección y administración estratégica de las empresas. Dentro de los aspectos metodológicos usados, se implementó una prueba chi-cuadrado y modelación matemática con aspectos financieros. Como resultado se obtiene que las decisiones de desvío y de incentivo basado en la teoría de la agencia están asociadas lo cual se respalda en el resultado matemático que implica que el principal opta por no incentivar y el agente opta por desviarse, siendo este el equilibrio de NASH en el juego.

**Palabras clave:** Estrategia, teoría de juegos, Principal Agente.

## Abstract

The purpose of this article is to represent the study of game theory in a process of strategic management and administration of companies. Within the methodological aspects used, a chi-square test and mathematical modeling with financial aspects was implemented. As a result it is obtained that the decisions of diversion and of incentive based on the theory of the agency are associated which is supported in the mathematical result that implies that the principal chooses not to incentivate and the agent chooses to deviate, being this the balance of NASH in the game.

**Keywords:** Strategy, Game Theory, Principal Agent.

## Introducción

La transformación en las políticas económicas en estos últimos tiempos ha generado un impacto en el decrecimiento de las empresas, tanto como en los inversores, por lo tanto la masiva población han generado un impacto socio-económico en el cual se provoca una escases de empleo aunque por otro lado ha influido en que los mercados no se vuelvan monopólicos; es por esto que los actores o jugadores deben tomar las medidas necesarias, volviéndose una forma imprescindible desarrollar una estrategia para conseguir, alcanzar y mantener una ventaja competitiva que permita obtener un rendimiento aceptable en los negocios y asegurar una continuidad de futuro analizar la mejor estrategia para la planificación y así poder maximizar sus beneficios. No obstante deben considerar los factores como la debilidad de la demanda de mercado para darle pasó a la teoría de juegos y sus estrategias en los sectores más dinámicos llevando consigo a la flexibilización de las mismas.

La intención de este estudio es seleccionar las estrategias de planificación de los individuos ya que toda empresa

necesita innovar para no estar fuera del mercado, es por ello que la teoría de juegos ayudará a manifestar cuál sería el procedimiento correcto de incentivos que conseguiría una conducta anhelada por parte de los agentes, en pro de objetivos organizacionales o en mejoras de las políticas económicas.

La teoría de los juegos también denominada pertinentemente teoría de las decisiones interdependientes, posee la esencia del análisis de circunstancias donde el resultado de la acción de los individuos, grupo de personas o instituciones, depende sustancialmente de las acciones de otras personas involucradas (Figueiredo, 1993). Es decir, se conoce circunstancias en la cual el individuo convenientemente puede tomar decisiones sin tener en cuenta las posibles decisiones de los demás. Es así que los individuos piensan o arman estrategias para poder tomar una buena decisión.

La estrategia es cuando una persona que participa en un juego logra actuar en cualquier acontecimiento de algún agente en un juego en forma extensiva que admite concretar y expresar el juego de un modo más simple y objetivo y por consiguiente de mayor calidad teórica llamada de manera normal formar estrategia (Satterthwaite, 1975). Se consigue expresar un juego de un modo normal utilizando sólo estrategias valederas para cada jugador y los resultados asociados a cada componente del conjunto que consiste en el producto cartesiano de conjuntos de estrategias individuales (Owen, 1968). Igualmente un juego es de modo normal cuando el conjunto de secuencia de decisiones que deben tomarse se lleva a cabo de modo extenso que puede ser unido en una sola decisión en particular para el jugador: la elección de una estrategia (Shubik, 1987).

Cada juego de modo extenso se puede expresar en un modo normal (Luce & Raiffa, 1957). Se constituye el juego considerablemente sólo cuando es preciso, para su procedimiento teórico, el conocimiento de ciertas propiedades que están asociadas con el movimiento secuencial del transcurso de toma de decisiones. La percepción de estrategia surge en el campo económico y académico con la teoría de juegos de la mano de von Neumann y Morgenstern en 1944. En los dos casos la idea principal es la de la competición que expresa el hecho de la actuación frente al adversario para conseguir unos objetivos determinados (Ansoff, 1976).

Existen algunas descripciones de la estrategia transmitidas por diferentes autores, una de ellas es que la estrategia empresarial es aquella que la puntualiza como “el patrón de los primordiales objetivos, propósitos o metas y las políticas y técnicas esenciales para obtenerlos, establecidos de tal manera que concreten en qué clase de negocio la empresa está o quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser” (Andrews, 1977, p. 115). Es así que la estrategia empresarial trata de servir de motor e impulsador de acciones ya que es una averiguación de diversos procedimientos de acción que descubran la potencia de la ventaja competitiva y también señala los objetivos a alcanzar.

La estrategia empresarial puntualiza los objetivos generales de la empresa y los cursos de acción fundamentales, de acuerdo con los medios actuales y potenciales de la empresa con el fin de lograr la inserción óptima de ésta en el medio socioeconómico en el que actúa.

Es decir, la estrategia empresarial plantea detallar las grandes iniciativas de la empresa que orientarán de forma determinante las decisiones de la empresa sobre actividades y estructuras de la misma. Tirole, 1988, considera que es así que las organizaciones han tomado muy en cuenta la importancia de la planificación estratégica para el triunfo de las organizaciones. Todo lo que abarca este tema de planificación estratégica es muy amplio, es así que varios investigadores se han empapado muy bien en el tema y han estudiado el concepto de planificación estratégica en experimentos para crear más empeño en la necesidad vital para el pensamiento estratégico en las

empresas u organizaciones que tienen el propósito de no sólo perdurar en el mercado, si no también ir creciendo.

Por lo tanto se puede expresar que no se puede precisar consistentemente lo que la planificación estratégica es en toda su complejidad y sus implicaciones, pero muchos intelectuales y autores que estudian la adecuada estrategia y la planificación estratégica como herramientas, para Kreps, 1990, es una transición de profesión encaminada hacia el futuro de una forma abstracta, no cuantitativa que admite las empresas u organizaciones a ajustar los planes de contingencia. La planificación estratégica tiene dos connotaciones respectivamente distintas; realizar un “mapa” de las posibles decisiones futuras de una empresa o plantear una ruta de acción personal para el futuro. En los dos asuntos afronta a la incertidumbre de qué sucederá en el futuro y cómo procederemos de manera beneficiosa para efectuar nuestras intenciones esenciales. Meier, 2014 considera que al final las dimensiones personal y organizacional se entrelazan en tanto el camino que preferimos para nuestras empresas u organizaciones.

En esta investigación se ha llevado a cabo un proceso científico descriptivo, mediante bibliografías y criterios de autores para analizar los temas más relevantes con respecto a la globalización de los negocios y la perspectiva que tienen los nuevos líderes. Esta metodología de análisis e investigación permitió descubrir múltiples facetas de criterios y expectativas competitivas en los negocios, los cuales expondremos a continuación:

Está claro que los nuevos líderes tiene metas por alcanzar, y para llegar a ello tienen que superar sucesos cotidianos tales como retos, y estos se caracterizan por tener un tanto de incertidumbre y complejidad, ya que en un mundo tan globalizado la presencia de la variación en los sistemas socioculturales es inminente. Entonces, los líderes buscan la manera de transformar esa incertidumbre de debilidad a fortaleza, y la complejidad en beneficio para así alcanzar los objetivos pese a que el riesgo prevalezca. Sin embargo, este riesgo podría ser minimizado progresivamente con el pasar del tiempo gracias a la implementación de estrategias en un contexto operacional, pues no es novedad decir que la tecnología facilita la vida siempre y cuando se la ejecute de forma responsable (Bouhali, 2015).

Para validar el proceso de teoría de agencia se propone las siguientes hipótesis a contrastar:

H0: La decisión de incentivo que genere el principal se asocia con la decisión de desvío del agente.

H1: La decisión de incentivo que genere el principal no se asocia con la decisión de desvío del agente.

### **Materiales y métodos de investigación**

Para validar la teoría de la agencia se realizó dos tipos de análisis, el primero que consiste en la implementación Chi – Cuadrado con datos que siguen una frecuencia de distribución normal y la segunda una modelación matemática sobre maximización de la riqueza del accionista para probar un equilibrio de Nash. La prueba de Chi – cuadrado se la realizó mediante la prueba de una hipótesis en la que direcciona a que la relación entre la decisión de incentivo que genere el principal se asocia con la decisión de desvío del agente. Para la prueba Chi – Cuadrado se tomó una muestra de 50 empresas privadas en la ciudad de Guayaquil durante los meses de enero a marzo de 2017.

Para la modelación matemática se realizó una revisión de literatura financiera y administrativa. Se trató de evidenciar bajo un modelo que explique los pagos de dos individuos que poseen intereses distintos. Cada situación es analizada bajo un esquema de sustento en teoría de agencia.

Se analizó el funcionamiento del Valor Actual Neto y los diferentes criterios que podrían influenciar en un

inductor financiero. Existen dos individuos, uno que es considerado el dueño del capital y otro que se lo considera el administrador. El valor actual neto puede influir en las decisiones de inversión.

En vista de la argumentación y revisión bibliográfica se realizó una simulación de decisiones estratégicas basada en teoría principal agente de tal forma que:

El principal pretende aumentar su riqueza, es decir que si invierte un monto de capital  $C$ , este espera tener un Valor Actual neto positivo y que maximice su riqueza de tal forma que  $VAN = \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n} - C$ , El nivel de VAN obtenido será el pago del Principal bajo condiciones en que el principal no ofrece ningún incentivo y el agente no se desvía de los objetivos planteados por el principal. Si el principal opta por no incentivar al agente dado el costo relativamente alto que esto pueda significar y el agente opta por desviarse de los objetivos del principal se obtendrá como pago esperado para el principal  $VAN = \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n} - C - K$ , Donde  $K$  representan las comisiones recibidas por parte del agente por transacciones realizadas con el objeto de maximizar su ingreso. Si el principal opta por incentivar al agente pero este aun así se desvía, el principal obtendrá el siguiente pago  $VAN = \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n} - C - K - L$  Donde  $L$  simboliza el incentivo adicional que entrega el principal al agente para tratar de disminuir los costos de agencia. Si el Principal Incentiva y el agente no se desvían, obtendrá el pago que maximice su riqueza menos el componente de incentivo  $L$  de tal forma que  $VAN = \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n} - C - L$ .

Para el agente, el pago esperado en naturaleza de empleado ( $P$ ) por dirigir a la compañía está dado por  $S$ , es decir que le mínimo pago recibido por el agente será  $S$ , dado que se maneja el supuesto en que no se descubre el fraude del empleado y por ende no se lo despide. Si el agente se desvía y el principal opta por incentivar, el pago que recibirá será  $P = S + K + L$ , sin embargo si el agente es incentivado y no se desvía únicamente recibirá  $P = S + L$ , mientras que si el principal decide no incentivar al agente y si este se desvía obtendrá un pago de  $P = S + K$ , mientras que si el agente no se desvía únicamente optara por su salario  $P = S$ . En virtud de lo expuesto se detalla un esquema de decisiones donde el Jugador uno es representado por el Principal y el Jugador dos es representado por el Agente.

## Resultados

### Análisis de asociatividad

H0: La decisión de incentivo que genere el principal se asocia con la decisión de desvío del agente.

H1: La decisión de incentivo que genere el principal no se asocia con la decisión de desvío del agente.

Tabla 1. Frecuencia observada			
	Se desvía	No se desvía	Total
Incentiva	10	6	16
No incentiva	24	10	34
Total	34	16	50

La tabla 1 indica la frecuencia observada, es decir el número de empresas que encaja su respuesta en la matriz de incentivos y desvíos. La tabla 2 indica las frecuencias esperadas en relación al levantamiento de información que se muestran en la tabla de frecuencias observadas.

Tabla 2. Frecuencia esperada		
	Se desvía	No se desvía
Incentiva	10.88	5.12
No incentiva	23.12	10.88

Chi Calculado

$$\sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

fo: Frecuencia observada.

fe: Frecuencia esperada.

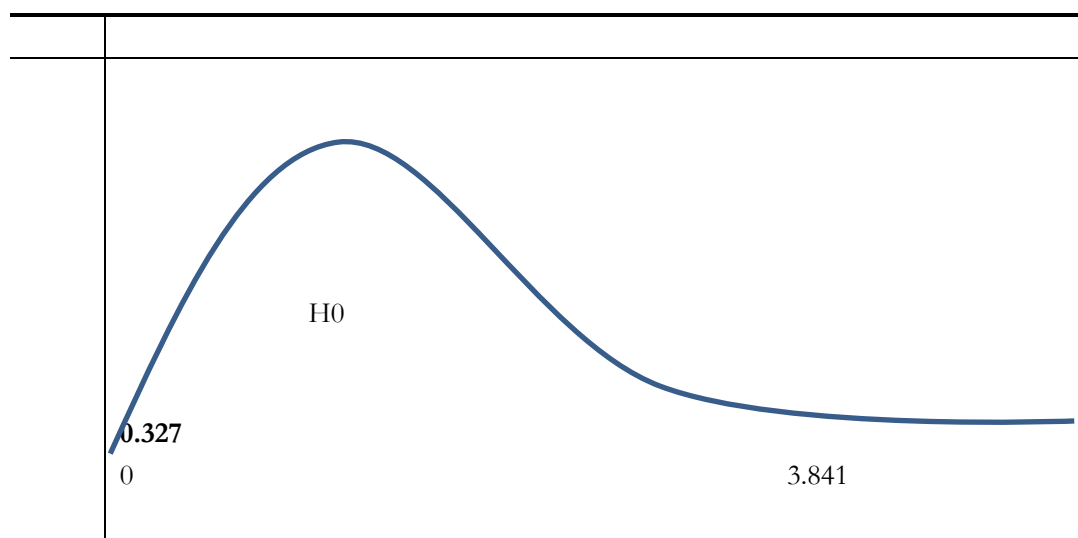
$$= \frac{((10 - 10.88)^2)}{10.88} + \frac{((6 - 5.12)^2)}{5.12} + \frac{((24 - 23.12)^2)}{23.12} + \frac{((10 - 10.88)^2)}{10.88}$$

$$= 0.3271$$

Chi Crítico

Cálculo de grados de libertad a usar			
GL = (Número de columnas - 1) * (Número de filas - 1)			
(2 - 1)		(2 - 1)	
	1	*	1
		1	

Confiabilidad usada 95%		
Chi Crítico	3.841	



Existe evidencia estadística contundente para no rechazar H0, es decir que, la decisión de incentivo que genere el principal se asocia con la decisión de desvío del agente.



**Tabla 3.** Esquema teoría de juegos

		Agente	
		Se desvía	No se desvía
Principal	Incentiva	$(VAN-K-L), (S+K+L)$	$(VAN-L), (S+L)$
	No incentiva	$(VAN-K), (S+K)$	$(VAN), (S)$

Se puede observar en el juego que la estrategia dominante para el principal es no incentivar, dado que  $(VAN-K)$  es mayor que  $(VAN-K-L)$ , así mismo  $(VAN)$  es mayor que  $(VAN-L)$ , es decir que el principal optará siempre por no incentivar, y el agente ante esta decisión optara por tomar  $(S+K)$  dado que es mayor el pago recibido al no desviarse  $(S)$ . En virtud de lo expuesto se puede concluir que el principal opta por no incentivar y el agente opta por desviarse, siendo este el equilibrio de NASH en el juego.

**Discusión**

Existen decisiones que marcan el problema que rige al principal y al agente. Ahora en el caso de que se la compañía mantenga un líder nato que pueda movilizar y mantener una empresa, este mismo necesitará un pensamiento estratégico y en este trabajo se busca analizar una nueva forma de pensar en las estrategias de la organización a través de una discusión teórica del término "pensamiento estratégico", y su desarrollo en las organizaciones. Para esto, se realizó una búsqueda en la literatura, con la intención de profundizar en el tema y lograr base conceptual, entre los planteamientos estratégicos se encuentran la traslación de funciones, activos y riesgos de la compañía en diversos puntos alrededor del mundo.

Los resultados del juego implican que la mejor opción para el principal es ahorrar en costos, sin embargo esto no resulta dado que el agente intentara desviarse del objetivo organizacional. La teoría de la agencia indica la necesidad de disminuir costos de agencia. Los costos de agencia pueden disminuir en función de aplicación de incentivos sostenibles en corto y largo plazo.

**Conclusión**

Se puede concluir que existe evidencia estadística contundente para no rechazar  $H_0$ , es decir que, la decisión de incentivo que genere el principal se asocia con la decisión de desvío del agente. En virtud de lo expuesto se puede concluir que el principal opta por no incentivar y el agente opta por desviarse, siendo este el equilibrio de NASH en el juego. Esto implica el riesgo de una situación incontrolable, es decir no hay un acuerdo para disminuir costos de agencia. Si esta situación no concreta en el largo plazo el retorno de inversión del accionista puede verse afectado.

**Referencias bibliográficas**

UTMACH. (2015). Obtenido de <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/>  
 World Trade Organization. (2017). Obtenido de [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)  
 Agudelo de Bedout, S. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde Colombia. Revista de negocios Internacionales, 2(1), 3-11.  
 Allen, D. (2006). Comemos combustibles fósiles. Polis, Revista de la Universidad Bolivariana.  
 Alvarez, G. (1992). El Constructo "Clima Organizacional": Concepto, teorías, Acciones Investigación y Resultados

Relevantes. Interamericana de Psicología Ocupacional.

Ancona, M., Camacho, M., & Garcia-muñoz, C. (2012). Motivación laboral en empleados administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. *Revista internacinal de administración y finanzas*, 121-134.

Andrews, K. (1977). *El concepto de estrategia en la empresa*. Pamplona: Pamplona: Ed Universidad de Navarra.

Angulo, S. (5 de abril de 2017). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. *El Comercio*.

Anónimo. (16 de junio de 2016). *Diario El Telegrafo - Economía*. Obtenido de MAs de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por-presunta-estafa-masiva>

Ansoff, H. (1976). *La estrategia de la empresa*. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra.

Ansón Lapeña, J. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.

Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.

Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez, V. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.

Apuy, L. (2008). Factores del Clima Organizacional que influyen en la Satisfacción Laboral del Personal de Enfermería, en el Servicio de Emergencias del Hospital San Rafael de Alajuela, Junio- Noviembre 2008. San José, Costa Rica.

Araujo, A., & Tapia, E. (2015). Economic Problems that Officials and Analysts are Worried About. *El Comercio*, 1.

Araujo, J. A. (2007). Rendimiento empresarial. *Mediterraneo Economico*, I(11), 60.

Arias . (2006). *La investigación documental*.

Arredondo, F., Maldonado, V., & De la Garza, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, Actitudes ante edad y género. *Scielo*, 24(43), 285.305.

Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión 2004*; vol. 5(17), 23-29.

Asamblea Constituyente. (2014). *Código Orgánico Monetario y Financiero*. Quito: Lexis.

Asamblea Nacional. (2014). *Ley Oránico de Discapacidades*. Quito.

Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Lexis.

Asamblea Constituyente. (2009). *Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera*. Quito: Lexis.

Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. (2012). *Reservas mundiales*. España: CEIDA.

Awad, G., & Valencia, A. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. *Reflexión Política*, 80-89.

Aybar Arias, C., Casino Martínez, A., & López Gracia, J. (2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=301211108>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la Responsabilidad Social Empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: Comunicado de Prensa.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). *Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>

Banco Mundial. (2013). *Los principios de Ecuador*. Estados Unidos: [http://www.equator-principles.com/resources/equator\\_principles\\_spanish\\_2013.pdf](http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_spanish_2013.pdf).

Barranco Saiz, F. J. (2010). *Marketing Político*. Madrid: ESIC Editorial.

Barrientos Felipa, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. *Semestre Económico*, 122-123.

BCE / INEC / Medios de Comunicación. (09 de marzo de 2017). *Diario El Telégrafo*. Obtenido de La quiebra de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones:

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas-costaron-usd-8-600-millones>

BCE. (2017). Banco Central del Ecuador. Obtenido de Preguntas Frecuentes / Fondos de liquidez: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/ServiciosBCentral/FondoLiquidez/preguntasFrecuentes.pdf>

Bernal, C. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.

Boada, J. V., & Arguello, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicosomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema, Revista Anual de Psicología*, 125-131.

Bonilla, L. (29 de Mayo de 2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *El Observador Económico*.

Bosma, N., & Amorós, J. E. (2013). *Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe*. Concepción. Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. Obtenido de <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>

Bouhali, R. (2015). *Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning*.

Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. (2007). *Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe*. México: Teoría y Praxis.

Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J. (2007). *Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid.

Bustamante, J. (2013). *Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas, Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TESIS%20COMPLETA.pdf>

Cabrera M. (2013). *El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador*. Quito, Ecuador: tesis de grado Universidad San Francisco De Quito.

Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros. (2013). *Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos Escambray*. Santiago, Chile.: Editorial Edicasa.

Caligiore, I., & Diaz, J. (2003). *lima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio*. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 8. N° 24, 60-64.

Campos, G. (2003). *Implicaciones del Concepto de Empleabilidad*. *Revista Iberoamericana de Educación* (ISSN: 1681-5653).

Canals, A. (2003). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de *La gestión del conocimiento*: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>

Castro Martinez, L. (2012). *El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama*. *Norteamericana*, 14.

CEAACES. (2015). *La gesion e proyectos en las IES*. Guayaquil: Gobierno.

Cevallos, P. (10 de Enero de 2010). *Primary education is practically universalized according to Ecuadorian government*. *EFE News Service*, pág. 1.

Chaparro, L. (2006). *Motivacion laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas publicas y privadas)*. *Red de Revistas Cientificas de America Latina, el Caribe, España y Portugal*, 7-32.

Chiang, M., Botelo, M., & Huerta, P. N. (2008). *Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas) Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos*. *Revista Universum* N: 23 Vol.2, 66-85.

Cibrán Ferraz, P., Prado Román, C., Crespo Cibrán, M., & Huerte Galbán, C. (2013). *Planificación Financiera*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

CIRFS. (02 de 08 de 2017). Obtenido de *European Man-Made Fibres Association* : <http://www.cirfs.org/>

Clark, C. (1940). *Las condiciones del progreso económico*.

Clement Norris & Pool Jhon. (1982). *Economía: Enfoque América Latina*. México: McGraw-Hill, Pág. 13.

Clerc, I. (2012). *Introducción a las condiciones del trabajo*. OIT. 346 p. Ginebra.

COMEX. (2015). *Importaciones - Evolución*.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde*. Bruselas: Comisión Europea.

Consejo Nacional de Educación. (2006). *Plan Decenal de Educación*. Quito.

Consortio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES). (2010). Quito.

Constitución. (1998). Art. 306. Quito.

Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2015). *El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>

Coviello, M. (2003). *Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: CEPAL.

Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P. (2010). *UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA.* . Loja, Loja, Ecuador: : Universidad Nacional de Loja.

De la Torre, A. (2013). *América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad*. Obtenido de Artículos del Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Definiciones de desarrollo. (2012). *Definiciones de desarrollo*. Recuperado el Julio de 2017, de Definiciones de desarrollo,: <http://www.definicion.org>

Diario Expreso. (15 de Abril de 2015). *Ecuador es un ejemplo en Bachillerato Internacional*.

Díaz, M. (2001). *Rendimiento*. GpSerrano, I(32), 100.

Díaz, R. (2011). *Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo Popular Caracas utilizando métodos prospectivos*. Cuba: Tesis de Maestría, Universidad de Cienfuegos.

Diccionario de la lengua española. (2015). Real Academia Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es>

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). *Macroeconomía*. Décima edición. México: McGraw-Hill Irwin.

Duque, Y., Cardona, M., & Jaime, R. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. Scielo, 29(50).

*Economía y Finanzas internacionales* . (13 de Junio de 2017). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecualliquidados S.A. (2017). *Misión*. Guayaquil: <http://ecualiquidados.com.ec>.

Edwards, S., & Rodríguez, A. (2008). *Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes*. Quito, Ecuador: Conservación Internacional.

EFE. (16 de Septiembre de 2005). *Palacio asegura haber incorporado los Objetivos de Desarrollo del Milenio*. La Hora Nacional.

El Telégrafo. (5 de Noviembre de 2011). *“Hace bien, hace mejor”, sello estatal a la excelencia*.

El Telégrafo. (2017). *Sector y empleo informales en Ecuador*. Obtenido de El Telégrafo : <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El Universo. (16 de septiembre de 2004). *La educación, desde que EL UNIVERSO es testigo*. EL UNIVERSO.

El Universo. (15 de Febrero de 2015). *Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de RSE*.

El Universo. (24 de Mayo de 2016). *INEN implementará Mi primer sello de calidad para Mipymes*.

Elizondo , A. (2002). *Metodología de la investigación contable*. México: International Thomson Editores S.A.

- Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Obtenido de Emprende pon a andar tus ideas: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>
- Eslava, E. (2015). Education in Latin America: Challenges and opportunities for philosophy in the region. *Universitas Philosophica* Vol. 32, 223-243.
- ESPAAC. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano Ecuador. INEC. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- España , D., & Rivera , E. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Papel Político*, 1-42.
- España Espinoza, D. A., & Rivera Aya, E. N. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Redalyc*, 17(1), 23.
- Espinel, L. (2006). condiciones de rendimiento. *Dialnet*, I(30), 86.
- Espinosa Andrade, A. (2015). Educational Statistics, Indicators' Report, Vol. 1, March 2015. Quito: Ministerio de Educación.
- Esteban, G. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. *Dialnet*, I(28), 55.
- Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., Jiménez Naranjo, H. V., & Hernández Mogollón, R. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Madrid. España. Portal Universia S.A. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>
- Fernández, A., & Emandez, A. (1986). EK DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA, NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANALISIS. Madrid.
- Ferrari, L. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. *Revista Mexicana de Física*, 36-43.
- Figueiredo, A. (1993). El modelo del conflicto y la Teoría de Juegos. *Fundamentos Económicos*, 319.
- FLACSO Ecuador y MIPRO . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>
- Freile, C. (marzo de 2015). Para el Aula. Recuperado el 21 de abril de 2017, de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29)
- Fuertes, M. O. (2005). Practicas de emprendimiento. *Dialnet*, I(15), 259.
- Ganga, F., Piñones, M., & Saavedra, L. (2015). Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. *FENOpinaonline*.
- Garabiza, B. (septiembre de 2015). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Economía.
- García Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. *ESPOL Technological Journal*, 2-45.
- García, A. (julio de 2009). Eumed.net. Obtenido de El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>
- García, E. (2007). Influencia de las industrias en el Rendimiento. *Dialnet*, I(41), 180.
- García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). ESTADÍSTICA EMPRESARIAL. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.
- García, M. (2009). Clima organizacional y su Diagnostico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de administración* , 43-61.

- García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / No. 42, 43-61.
- García, M., Hernández, T., Navarete, D., Alejandra, C., & Germán, S. (2014). Eeementos de los modelos determinantes del clima organizacional. *European Scientific Journal*, 10(28), 107-122.
- Gasca y Olvera. (2011).
- Global Reporting Initiative. (1997). Historia GRI. Estados Unidos.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). GAD Municipal de Machala (GAD). Obtenido de <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>
- Gomez, C. (2004). Diseño, construccion y validadcion de un instrumento que evalua clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al item. *Acta colombiana de sicologia* , 97-113.
- Gomez, N. (2017). El modelo de Triple helice. Guayaquil: UESS.
- Gómez-Salas, J. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. *Investigación Económica* , 171-202.
- Gonzalez. (2007). variedad empresarial. *Ventura*, 73.
- Gonzalez. (2007). Variedad Estrategica y rentabilidad empresarial. *Economia Aplicada*, I(72), 200.
- González, J. (2009). La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles. México: Divulgación.
- Gottmann, J. (1973). *Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricità*. Torino: Einaudi.
- Goyes, J. (21 de diciembre de 2012). Clima organizacional en la Universidad del Valle, documento de trabajo diagnostico. Obtenido de Universidad del Valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>
- Grajales. (2000).
- Grajales, P. (2014).
- Great Place To Work. (15 de noviembre de 2010). Buen Clima Laboral, una tarea pendiente. *Diario Hoy*.
- Guerrero, G. (2012). El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV. IDE Business School.
- Guerrero, R., Focke, K., & Rossini, F. (2010). *Redes de seguridad financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe*. Bogotá: BID.
- Gutierrez, A. (2015). La crisis financiera del 2008. Una visiión desde la macroeconomia del desequilibrio. *RES NON VERBA*, 116.
- Hamel, G. (2011). El futuro de la administración.
- Hansé, F. (2010). Quito: CERES.
- Heritage Foundation. (2017). 2017 Index of Economic Freedom. Washington, DC: Heritage Foundation.
- Hernández Sampieri, R. (l. 2007. 336 p.). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid (España): . McGraw Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, Fernández y Baptista . (2006). *Metodologia de la Investigación*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodologia de la investigación*. Mexico D.F.: McGraw Hill .
- Hernández, R., Mendez, S., & Contreras, R. (2014). Construcción de un istrumento para medir el clima organizacional en funcion del modelo de los valores en competencia. *Contaduría y administración* 59 (1), 229-257.
- Herzberg, F. (1954). La Teoría de la Motivación-Higiene.
- Herzberg, F. (2003). Una vez mas : como motivar a sus empleados. *Harvard Bussines Review*, 3-11.
- Hurtado, M. (2017). ¿Cuál es el origen del emprendimiento? Obtenido de <https://www.aulaclicks.com/cual-es-el-origen-del-emprendimiento/>
- Industrias. (2016). Las industrias de bebidas se fortalece con inversión. *Vistazo*, 15.

INEC. (2014). Encuesta de superficie y producción agropecuario continua ESPAC 2014. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo 2010. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016). Reporte de Economía Laboral. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

Instituto Nacional de, S. (2012). Notas Técnicas de prevención. Primera Edición. Barcelona: : Editorial Series VZ.

Jácome, E. (13 de June de 2016). From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam. *El Comercio*, págs. 1-2.

Jiménez, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. *Energética*, 93-105.

Johnson G. y Scholes, K. (1996). Dirección estratégica. Madrid: Ed. Prentice Hall.

Jorge Palencia, I. B. (2007). La Gerencia de Proyectos de Responsabilidad Social. *ORBIS*, 69-72.

Kaplan, R., & Norton, D. (2005). Cuadro de Mando Integral. . Madrid: : Gestion 2000.

Kaplan, R., & Norton, D. (2008). Estrategia Corporativa. . Harvard Business School Press.

Klare, M. (2012). La geopolítica del gas natural . España: Papeles.

Kreps, D. (1990). Un curso de teoría microeconómica. Princeton : Princeton University Press, 120.

Krugman, P. (2008). Fundamentos de Economía . Barcelona: Editorial Reverté S.a++A.

Kuschick, M. (2010). Marketing y comunicación política . Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 41.

La Hora Nacional. (10 de diciembre de 2016). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.WS4YjfnYuUk>

Lastra, F. (2006). Rendimiento Rentabilidad . *yirepa*, 15.

Lastra, X., Coloma, J., Espinossa, D., & Herrera, F. (2015). Las energías renovables en la actividad turística. *Innovaciones hacia la sostenibilidad*. Siembra, 086-094.

Lema, B. M., & Ferrer, M. (2016). The investigative training of teachers: An imperative for higher technological institutes in Ecuador. *Santiago*, 266-279.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor . (2000). Quito.

Ley Orgánica de Discapacidades. (2012). Quito: Asamblea Nacional.

Líderes. (29 de Septiembre de 2014). El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento.

Líderes. (21 de Noviembre de 2016). El sector alimentos piensa en exportación.

Líderes. (11 de Enero de 2017). e trabaja para exportar más.

Líderes. (3 de Marzo de 2017). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.

Líderes. (11 de Abril de 2017). Un fondo de 10 millones de euros para Mipymes que apuntan a la Unión Europea.

Lima, M., & López, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Quito: CERES.

Littlechild, S., & Thompson, G. F. (1977). Teoría de Juegos y planificación de estrategias. *Campana Journal of Economics* vol . 8 , nº 1, 126.

Llano, L., & Mosquera, V. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad Nacional de Colombia.

López Mateo, C. (2010). Planeación Financiera en Mipymes de Industrias en Crecimiento: El Caso de los Laboratorios de Naturistas de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

- López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en PYMES. México. UNAM. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>
- López, A., Contreras, R., & Rubén, M. (2011). La RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario. Scielo, 261-283.
- Lopez, E. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá. Universidad & Empresa, 9-35.
- Lopez, J., & Maldonado, V. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the Eucation Ministry of Ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of Macas. Salesiana Academic Journal (Thesis), 23-107.
- Lousteau, M. (2011). Economía en 3D. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.
- Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). Games and Decisions. Wiley & Sons, 59.
- Luna Tamayo, M. (2014). Educational policies of Ecuador, 1950-2010: State deeds and society's initiatives. UNED, 1-362.
- Malhotra, N. K. (2016). INVESTIGACION DE MERCADOS. Mexico D.F.: Pearson Education.
- Mallo, P. E. (2005). LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. Buenos Aires: Congreso Metropolitano de Ciencias Economicas.
- Mankiw, G. (2012). Principios de Economía. México: Cengage Learning.
- Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. Revista Universidad EAFIT , 80-87.
- Manuel, F. (2001). Procesos estrategicos y Implicacion para el Rendimiento. Revista Anual, I(38), 116.
- MCCTH. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . EcuadorUniversitario, 1-2.
- Meier, P. (2014). Leveraging Uncertainty: A Practical Approach to the Integration of Responsible Innovation through Design Thinking.
- Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.
- Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.
- Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. Mexico: Mc Graw Hill 3era Edición.
- Mendoza, M. (11 de Diciembre de 2016). Un viaje al origen del 'boom' bananero. El Comercio.
- Merino, L. (2012). Las energías renovables. España: Energías Renovables para todos.
- Ministerio Coordinador de la Producción, E. y. (2014). Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador-espaniol.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Más de 100 MIPYMES cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de MCE. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Fomento de las pymes ecuatorianas. Guayaquil-Ecuador: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2012). Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. La Habana: Instituto de Estudios e Investigaciones del trabajo.
- Ministerio del Trabajo. (2015). Seguridad y Salud en el Trabajo. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.
- MIPRO. (2012). Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores. Ministerio de Industria y Productividad.
- Mira, M. (2012). La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: uncampo de negociaciones



y luchas entre distintas instituciones y actores. España.

Moliner. (2012). relacion con el rendimiento y rentabilidad en empresas. *Papersdeturisme*, 75.

Morla, M. (12 de febrero de 2006). Cacao ecuatoriano glorias de siempre. *El Universo*.

Mujica, M., & Perez, I. (2007). Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad. *Revista de Educación*, Año 13, Número 24, 290-304.

Murillo, D. (2007). Rescatar la economía económica de Adam Smith. En *Ética, Economía y Empresa* (pág. 39). Barcelona: Gedisa.

Murillo, D., & Arnau, G. (2007). *Ética, Economía y Empresa*. En *La dimensión moral de la economía* (pág. 84). España: Gedisa S.A.

Naciones Unidas. (2000). *Declaración del Milenio*. Nueva York: Asamblea General.

Nadal, A. (2002). *Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México*. México: Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.

Narváez Licerias, A. (2017). *Finanzas Corporativas y estudios de casos*. Lima: Macro EIRL.

Navarrete, J. (2012). *Política Económica*. México: Red Tercer Milenio S.C.

Navarro, E. (2008). Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción. *Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización*, 1917-1927.

Noblejas. (2012). Obtenido de *Página 7 Comunicación S.L. C/ Noblejas, 5 Bajo - 28013 Madrid*

OCDE. (s.f.). Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>

OCDE/CEPAL/CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*. Paris. Francia. OECD . Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>

Ochoa Setzer , G. (2012). *Administración Financiera*. Mexico: McGraw-Hill.

OEI. (2016). *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura*. Recuperado el 2017, de [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)

Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *La transición de la economía informal a la economía formal* . Obtenido de Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)

Ordiz, M. (2001). Rendimiento. *Dialnet*, I(45), 252.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2015). *Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca*. Roma, Italia: FAO.

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)

Ortega, A. (2016). *Semblanza del Dr. Rodrigo Borja Acto de Investidura Doctor Honoris Causa*. Guayaquil.

Owen, G. (1968). *Game Theory*. Philadelphia: Saunders.

Pacheco, L., & Pacheco, R. (2015). *Evolución de la educación superior en el Ecuador. La Revolución Educativa de la Universidad Ecuatoriana. Pacarina del Sur*.

Páez, T. (2009). *Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de*. Universidad de Valencia, 1-14.

Paladines, C. (2015). *Prospects for change in Basic Education and High School*. Ecuador: 2007-2013. *Praxis Educativa*; vol. 19, 3452.

Palma, S. (2000). *Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias*. *Revista de Investigación en Psicología*, 11-21.

Pardo Granizo, M. A. (2013). *Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro*. Milagro. Ecuador. UEM. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>

<http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>

Patricio Peña, presidente del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa (IEGC). (28 de junio de 2017). El Gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial. Fundación Corresponsable.

Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Jeremy, D., Rebecca, L., Maitlis, S., y otros. (2005). Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation. *Journal of Organizational Behavior*, 379–408.

Pérez, R., & Carrillo, B. (2000). *Desarrollo local: manual de uso* (2da. ed.). Madrid: ESIC.

Pino, J. (2007). *Alto Rendimiento*. Andrews, I(28), 60.

Producción, R. a. (2014). [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec). Recuperado el 12 de 06 de 2014, de [http://www.produccion.gob.ec/wp-](http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf)

[content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf](http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf)

Programa Formación de Formadores en RSE. (s.f.). Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?

Pronaca. (2015). *Memoria sostenible de ser Pronaca*. Guayaquil.

Quijije, B., & Verzosi, C. (2017). Ecuador: Desarrollo local y emprendimiento. En C. Ronny (Ed.), *Perspectiva del desarrollo regional sustentable en Ecuador* (págs. 47-66). Loja: Ediloja Cia. Ltda.

RAE, R. (2017). *Diccionario de Lengua Española*. Obtenido de Estabilidad: <http://www.rae.es/>

Ramírez González A. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*.

Ramirez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). La Motivacion laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tuberia de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 143-148.

Ramos Ferrin, V. L. (2006). *AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005*. Guayaquil.

Ratzel, F. (1902). *La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida*. Alemania.

Real Academia Española. (29 de junio de 2012). *Diccionario*. Obtenido de Sitio web de la Real Academia de la Lengua: <http://www.rae.es/>

Red de Firmas (PwC). (2016). *Informe del King IV sobre Gobierno Corporativo™ para Sudáfrica 2016*. Sudáfrica: PwC.

Reinoso, H., & Araneda, B. (2007). Diseño y validadcion de un modelo de medicion del clima basado en percepciones y expectativas. *Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre* , 42.

Rentería, E. (2004). *Empeabilidad: una lectura psicosocial*. Seminario Los Trabajos de la Globalización. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.

Restrepo, L., & Gonzalez, J. (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias*, 183-192.

Revista Ekos. (06 de 2015). *ekosnegocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>

Revista Ekos negocios. (2011). *Conformación de la Norma ISO 26000*. En *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).

Revista Ekos negocios. (2011). *ELCAFÉ y su responsabilidad social*. En [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com) (Ed.), *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 68-69). Ecuador.

Revista Ekos negocios. (2011). *Nestlé: Creación de valor compartido*. En *Empresas con Responsabilidad Corporativa* (págs. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).

Revista Ekos negocios. (2017). *Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB*.

Revista Líderes. (2015). *La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador*. Obtenido de Revista Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>

- Reyes, P. (2016). Combustibles fósiles y contaminación. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Rio, M. d. (2013). Relacion entre rentabilidad y rendimiento . *Economia* , 73.
- Rios, M. F. (2007). Procesos de Rentabilidad en una Organizacion. *Psicothema*, I(8), 102.
- Rodríguez Puente, E. (enero de 2005). Boletín Técnico. Obtenido de [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL\\_08\\_05\\_MTY\\_FC.PDF](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL_08_05_MTY_FC.PDF)
- Rodriguez, D. (2005). Diagnóstico Organizacional. Buenos Aires: Editorial Alfaomega.
- Rosero, R., Bermúdez, J., Gómez, G., García, M., & Reyes, I. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 267-284.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). Finanzas corporativas. Mexico: McGraw-Hill Companies.
- Rubio Domínguez, P. (2008). Inreoducción a la Gestión Empresarial. Madrid: INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.
- Rubio, P. (2007). Manual de Analisis Financiero. *Derecho y Economia*, I(2), 10.
- Sack, R. (1986). Human Territoriality: Its theory and history. Cambridge University : Press.
- Salgado, J., Remeseiro, C., & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. *Psicothema* , 329-335.
- Samuelson, P. (2001). Macroeconomía. Décima sexta edición. Barcelona: Mc. Graw Hill.
- Samuelson, Paul y Nordhaus William,. (2005). Economía. Mexico: McGraw -Hill. 18.a.ed.
- Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *researchgate.*, 50-62.
- Sánchez, J. (Noviembre de 2015). Tesis de maestría . Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano en Ecuador. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Ciencias Económicas.
- Santos, M. (1994). O Retorno do Território. São Paulo: Hucitec-ANPUR.
- Sarmiento, S., & Montoya, J. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.
- Sashkin, M. (1996). El Cuestionario MbM Gestion por motivación.
- Satterthwaite, M. A. (1975). Economía, aplicacion de estrategia en la teoría de juegos. *J. Econ. Theory*, 187-217.
- Schotter, A., & Schwodiauer, G. (1980). Economía y Teoría de Juegos. *diario of Economic Literature*, 89.
- Secretaria de Relaciones Migratorias y Consulares. (Julio de 2007). Política Migratoria del Ecuador. Obtenido de <http://www.refworld.org/pdfile/49002e312.pdf>
- Segovia, F. (Noviembre de 2016). Sixto Durán Ballén, el señor Presidente. *El Comercio*.
- Semplades, S. (2013). Plan nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Quito: Semplades.
- Senge, P. (2003). La Quinta Disciplina, El Arte y la Práctica de las Organizaciones que Aprenden. . Currency.
- Serrano Carmona, A. (25 de October de 2015). 47% of working children in Ecuador, in risk situations. 'La Hora', págs. 1-3.
- Shubik, M. (1987). Game Theory in Social Sciences. Massachusetts: MIT Press.
- Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. Londres: Alianza.
- Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. (1990). Economía. España: MacGraw-Hill, Pag. 3.
- Stieler, U. (16 de Julio de 2014). Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>
- Stiglitz, J. (2002). El malestar en la globalización (1era ed.). España: Litografía Losés S.A.
- Superintendencia de Compañía del Ecuador. (2011). Superintendencia de Compañía del Ecuador. Obtenido de [www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)
- Tafur, G. (2016). Impact of New Policies of Higher Education in Universities and Polytechnic Schools of Ecuador. *Business Magazine*, 27-34.
- Talledo, M., & Solòrzano, D. (2013). Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.

- Tarantino, S. (16 de 06 de 2012). De gerencia. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de-indicadores>
- Tedesco, J. C., & Lopez, N. (2002). Secondary Education challenges in Latin America. CEPAL Magazine, 55-69.
- Tirole, J. (1988). La teoría de juegos en la organización industrial. Cambridge: MIT Press.
- Tomalá, M. (2003). Terminos Económicos. Manta: Análisis Ediciones.
- Topanta Vera, M. I. (2010). Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Guayaquil, Guayas, Ecuador:: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- Toro, F. (1996). Clima Organizacional y Productividad . Temas de administracion, 66-72.
- Torres, R. M. (1990). Alfabetización de adultos en América Latina: Problemas y Tareas. Quito: Ciudad Centro de Investigaciones.
- Transparency International. (2017). Transparency International. Recuperado el 24 de abril de 2017, de [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)
- UNESCO. (1988). .
- UNESCO. (2006). El currículo a debate. PRELAC Proyecto regional de educación para américa latina y el caribe, 1-160.
- UNESCO. (2014). . MARCO DE ACCION PRIORITARIA.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Reglamento de Elecciones y Referendo Reformado Abril 2017. Machala: Secretaría General.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Resoluciones . Machala: Consejo Universitario.
- Valdez, A. (2015). Elaboración de un manual de procedimiento de Seguridad e Higiene del Trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construcción de obras civiles en la empresa FAGA de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/UPS-GT001284.pdf>.
- Valdez, A. (s.f). Influencia del Rendimiento. Dialnet, II(28), 46.
- Vallaes, F. (. (2003). La etica y moral en las instituciones.
- Van Horne C., J. W. (2010). Fundamentos de Administración Financiera (Decimotercera edición ed.). México, México: Pearson Educacion.
- Vásquez, H., & Dacosta, O. (2007). Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas. Ingeniería Investigación y Tecnología, 249-259.
- Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. C., & Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2, No. 2, 429-349.
- Véliz, J., & Díaz, S. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. Universidad ESAN, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.
- Villacís, M. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Villar, L. (2007). Estado de derecho y Estado social de derecho. Revista Derecho del Estado,, 10(20), 73-96.
- Vinogradoff, L. (05 de 04 de 2014). Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano Leopoldo López. ABC International.
- Vistazo. (2016). La industria de bebidas se fortalece con inversión.
- Viteri Diaz, G. (2006). Education situation in Ecuador. Latin American economy Observatory, 1-24.
- Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de latinoamerica.

Washington.

Wateryear. (2007). Obtenido de [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007

world bank group. (2006). ¿Qué es RSE?

Yakumuseoagua. (2008). Obtenido de [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008

Zavala Egas, Z. (1999). Corrupción política: El caso del Ecuador. Corrupción política: El caso del Ecuador. Guayaquil.

# Incidencia de los sectores económicos en la empleabilidad territorial: Caso Ecuador

**Florípes del Rocío Samaniego Erazo**  
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
f\_samaniego@esPOCH.edu.ec

**Víctor Ernesto Márquez Pérez**  
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
victor.marquez@esPOCH.edu.ec

**César Alfredo Villa Maura**  
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
cvilla@esPOCH.edu.ec

## Resumen

El desarrollo de los territorios, parte de que los sectores económicos que en él existen, logren crear la mayor cantidad de empleo. La investigación parte de los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos en el Ecuador (INEC, 2015), cuya función es levantar un directorio de empresas y establecimientos (DIEE), basado en registros administrativos con información de las empresas y establecimientos, instituciones con y sin fines de lucro, privados y públicos, cuyas variables son, entre otras, determinar el personal ocupado por sectores económicos, zonas de planificación, forma institucional y tamaño de empresa. Se hace uso de Estadísticas Descriptivas para caracterizar la incidencia de los factores de estudio en la empleabilidad; se realizó también una Prueba de Hipótesis de independencia de factores con la finalidad de probar si los distintos factores influyen en el tipo de género del empleado y por último, se realiza un análisis multivalente (análisis correspondencia múltiple) que permite describir y caracterizar las relaciones existentes entre las distintas modalidades y factores involucrados en el estudio. Los resultados establecen que los sectores que más inciden en la empleabilidad en el Ecuador es: servicio y comercio (80%), seguido de industrias y manufactura (10%) y el resto, menor del 5%.

**Palabras claves:** sectores económicos, territorio, empleabilidad.

## Summary

The development of the territories, part of the economic sectors that exist in it, manage to create the largest amount of employment. The research is based on data from the National Institute of Statistics and Censuses in Ecuador (INEC, 2015), whose function is to establish a directory of companies and establishments (DIEE), based on administrative records with information from companies and establishments, institutions with And non-profit, private and public, whose variables are, among others, to determine the personnel occupied by economic sectors, planning areas, institutional form and company size. Descriptive Statistics are used to characterize the incidence of study factors in employability; A test of factor independence was also carried out in order to test whether the different factors influence the type of the employee's gender and finally, a multivariate analysis (multiple correspondence analysis) is carried out to describe and characterize existing relationships Between the different modalities and factors involved in the study. The results show that the sectors that most affect employability in Ecuador are: service and commerce (80%), followed by industries and manufacturing (10%) and the rest less than 5%.

**Keywords:** economic sectors, tertiary, employability.

## Introducción

Si bien existen instituciones que tienen como función levantar estadísticas en el ámbito nacional, los datos fríos pierden importancia cuando ellos no generan instrumentos que permitan contribuir al desarrollo de los territorios. En este contexto, el mundo debe funcionar mejor “Ésta es una convicción expresada en la introducción del Pacto Mundial para el Empleo, presentado a los representantes tripartitos de la Organización del Trabajo (OIT), en junio de 2009, durante la 98.<sup>a</sup> reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo. Este documento, que contiene una serie de recomendaciones prácticas y de eficacia probada, fue concebido como una respuesta urgente y amplia para enfrentar la crisis, y también para garantizar una recuperación viable, es decir, una recuperación con empleo. En el 2014, durante la 18 Reunión Regional Americana en Perú, los representantes de Gobiernos y de organizaciones de empleadores y de trabajadores de América Latina y el Caribe, reflexionaron sobre el desarrollo sostenible con trabajo decente, productividad e inclusión social en la región, así como la formalización de la economía informal.

El propósito de este estudio, es determinar la incidencia que tienen los sectores económicos en la empleabilidad de los territorios, partiendo de la revisión bibliográfica en el ámbito nacional e internacional que permitan tener claridad sobre las definiciones básicas que se requieren.

Según el Diccionario de la Real Academia Española (Real Academia Española, 2012), la economía se define desde el punto de vista de tres puntos, que son: 1. Administración eficaz y razonable de los bienes. 2. Conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo. 3. Ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos. En la definición clásica de la orientación objetivista, (Méndez S. , 2003), enuncia a Engels, quien dice que: “la economía política es la ciencia que estudia las leyes que rigen la producción, la distribución, la circulación y el consumo de los bienes materiales que satisfacen necesidades humanas”. Marshall (1842-1924), enunciado por (Méndez S. , 2003), manifiesta que: la economía es la ciencia que examina la parte de la actividad individual y social especialmente consagrada a alcanzar y a utilizar las condiciones materiales del bienestar. (Clement Norris & Pool Jhon, 1982) en su libro “Economía: Enfoque América Latina”, definen la economía “como la rama de las ciencias sociales que estudia los procesos de producción y distribución y el carácter de los ingresos reales”.

Para (Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee, 1990), la economía es el estudio de la forma en que las sociedades deciden que van a producir, como y para quien, con los recursos escasos y limitados. Los economistas (Samuelson, Paul y Nordhaus William., 2005), definen la economía como: "El estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos".

Entre las definiciones de Economía que se identifica en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, se dice, entre otras cosas, qué ésta tiene que ver con el conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo. En este contexto, los autores consideran que, este enfoque considera a las actividades productivas como forma de empleabilidad que aporta de forma directa a la riqueza. De otra parte, las definiciones de Economía, señalan que las sociedades deben determinar que van a producir, como y para quien lo van hacer, además que posibilita identificar los recursos disponibles escasos y limitados, la distribución de los mismos entre los diferentes individuos para así satisfacer las necesidades humanas. Desde este punto de vista, es la sociedad la que identifica sus necesidades de producción y los traslada a los sectores económicos para su ejecución, al hacerlo, éstas requieren de personas en su calidad de empleados. De esta manera, se crea una

relación directa entre los sectores económicos y la empleabilidad.

Un sector es una parte de la actividad económica, cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian entre otras agrupaciones. Los sectores económicos, constituyen actividades o conjunto de actividades económicas. La importancia de los sectores económicos de un país, depende de su grado de participación en la producción a nivel nacional, lo cual se puede medir calculando el porcentaje que le corresponde del Producto Interno Bruto y el Producto Nacional Neto, desde el punto de vista económico; sin embargo, es necesario indicar que la contribución mayor que hacen los sectores económicos, radica en la empleabilidad que crean a través de los mismos. Según la división clásica, los sectores económicos, se clasifican en grupos o sectores: sector primario (minería, agricultura, ganadería, pesca y silvicultura), sector secundario (industrias manufactureras o transformadoras) y sector terciario (comercio y servicios en general), a los cuales se añade el denominado sector cuaternario, de contenido no bien definido, en el cual se incluyen las actividades económicas relacionadas con el ocio, tecnología, consultoría, industria de la información, investigación científica y las nuevas de servicios sofisticados como la tecnología.

(Clark, 1940), llegó a la conclusión de que una de las formas en que se manifiesta el progreso económico, es en la continua transferencia del sector primario al secundario y de éste al terciario. Así mismo, el peso de cada uno de los sectores económicos dentro de un país suele expresarse por los porcentajes de población activa empleada en cada uno de ellos, o su participación en el producto nacional.

La riqueza decía (Smith, 1776), aumentará en proporción a la habilidad y a la eficiencia del trabajo y al porcentaje de la población dedicado a producir. El objetivo primordial de la OIT es contribuir con los países a alcanzar el pleno empleo productivo y un trabajo decente para todos, incluyendo a las mujeres y a los jóvenes, objetivo que ha sido ampliamente adoptado por la comunidad internacional.

Al referirse a la definición de empleabilidad, (Rentería, 2004), indica que la empleabilidad, proviene de la palabra inglesa *employ ability*, un constructo asociado al empleo. Esta definición es muy pobre, pues considera que la empleabilidad solo se relaciona con lo que un individuo esté o no empleado. En este sentido, profundiza (Campos, 2003) que la palabra empleabilidad no existe en la lengua castellana y constituye una síntesis de *employ* (que se traduce como empleo) y de *ability* (cuya traducción es habilidad). En este sentido, el significado literal que se le otorga a esta palabra, es la habilidad para obtener o conservar un empleo.

La empleabilidad es un concepto que posee una enorme actualidad y constituye una realidad social y personal que debe ser abordada hoy de manera rigurosa y continua. Los mercados de trabajo deben recorrer un largo camino antes de volver a los niveles anteriores a la crisis y las señales de recuperación económica aún no se han traducido en empleos, dice un nuevo estudio preparado para la reunión de marzo 2010 del Consejo de Administración de la OIT.

Según (Sack, 1986), el territorio es el resultado de una (o más) estrategias para afectar, influir y controlar sobre las cosas o personas especializadas. Pensar el concepto de territorio bajo esta idea nos lleva reflexionar sobre las prácticas de control o legitimación que se implementan en el espacio para ordenamiento. Según (Santos, 1994), “se contempla la naturaleza y la sociedad como un sistema de configuraciones de objetos materiales y sociales mediados por relaciones sociales que modifican y transforman la naturaleza lo cual implica su inseparabilidad”. Los aportes de la escuela alemana, con la figura de (Ratzel, 1902), también habían sido importantes para el abordaje de este concepto. Ya en la década de 1970, se retoman los trabajos que abordaban la idea de territorio



como el concepto que explicaba la realidad como algo complejo y dinámico en donde se comienza a poner énfasis en los actores sociales que en él intervienen. Es así que podemos citar, por ejemplo, al geógrafo norteamericano (Gottmann, 1973), quien asocia el concepto de territorio sosteniendo con la relación de las personas con su territorio se presenta de diversas maneras – geográficas, políticas y económicas. Señala que es una parte del espacio definida por límites (líneas), que posee un sistema de leyes y una unidad de gobierno, a partir de lo cual la respectiva localización y características internas son descritas y explicadas, y que, por lo tanto, define la división territorial del mundo dentro de la historia de la humanidad.

Un territorio es un ámbito geográfico delimitado, sobre el cual un grupo social ejerce un control o dominio. Los factores políticos, económicos, sociales y culturales, caracterizan a un territorio. Sin embargo, el territorio puede ser considerado igualmente como un sistema complejo. De este modo, se inserta en un sistema espacial, en el seno del cual funciona según un circuito de retroacción con la sociedad, que ordena, administra y organiza el territorio la valorización de los recursos naturales y demás.

La investigación proporciona análisis para la estructuración de políticas públicas que permitan planificar el desarrollo de los territorios en función de sus propias competencias territoriales, traducidas en ordenamiento y crecimiento territorial.

### **Metodología**

El Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE), es una iniciativa impulsada por la Comunidad Andina (CAN) con los Institutos de Estadística de los países miembros respecto a la creación de un Directorio de Empresas y Establecimientos en cada país con el fin de armonizar conceptos, nomenclaturas y definiciones. El 10 de diciembre del 2008, se emitió la Decisión 698, sobre la "Creación y actualización de los Directorios de Empresas en la Comunidad Andina", que define las unidades estadísticas de los directorios, su contenido y frecuencia mínima de actualización. En la última actualización del DIEE, se registraron 842.936 empresas y 972.846 establecimientos, los cuales fueron recolectados con información de registros administrativos del Servicio de Rentas Internas (SRI), del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS); Por último esa información se contrasta con información de encuestas realizadas por el INEC. (INEC. I.D del documento ECU-INEC-DECON-DIEE-2015-v1.4)

En función a este directorio se tomó la información para construir una base de datos con las siguientes variables: Sectores Económicos, Zonas de Planificación, Forma Institucional, Tamaño de empresas, Empleados de Género Femenino y Empleados de Género Masculino, con el propósito de determinar los factores que inciden en la empleabilidad por género en el Ecuador. Para lograr este objetivo se realizó una prueba Chicharrado para independencia de factores contrastando las siguientes hipótesis:

- Ho: No existe relación o dependencia entre Sectores Económicos y el sexo del empleado.
- Ho: No existe relación o dependencia entre Zonas de planificación y el sexo del empleado.
- Ho: No existe relación o dependencia entre Forma Institucional y el sexo del empleado.
- Ho: No existe relación o dependencia entre Tamaño de empresas y el sexo del empleado.

Todas las hipótesis se contrastan con un estadístico Chi-cuadrado y con regla de decisión la siguiente: Si la significancia del estadístico es menor a 0,01; se rechaza la hipótesis nula arriba mencionada, lo cual se concluiría que los factores tienen relación o influencia en el sexo del empleado.

Por último, luego de probar la influencia de los diferentes factores en el género de los empleados. Se realizó un

análisis de correspondencia múltiple, el cual consiste en una técnica multivalente que permite caracterizar o describir las relaciones entre las modalidades de las distintas variables categóricas (factores de estudios) involucradas en el análisis.

Cabe señalar que la base de datos se sometió a un proceso de pre procesamiento de datos, en el cual se hizo un análisis de datos atípicos y reformulación de datos faltantes.

## Resultados

Los factores utilizados en los análisis con sus respectivas modalidades se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla 1** .Factores utilizados en los análisis

<b>Factor</b>	<b>Modalidades</b>
<b>Sectores Económicos</b>	Agricultura, Ganadería, Silvicultura
	Minas y Canteras
	Industria y Manufactura
	Comercio
	Construcción
	Servicio
<b>Zonas de Planificación</b>	Zona 1 - Esmeraldas, Carchi, Imbabura, Sucumbíos
	Zona 2 - Pichincha, Napo, Orellana
	Zona 3 - Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza
	Zona 4 - Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas
	Zona 5 - Santa Elena, Guayas, Los Ríos, Bolívar, Galápagos
	Zona 6 - Azuay, Cañar, Morona Santiago
	Zona 7 - El Oro, Loja, Zamora Chinchipe
	Zona 8 - Guayaquil, Durán, Samborondón
	Zona 9 - Quito Distrito Metropolitano
<b>Forma Institucional</b>	Régimen simplificado RISE
	Persona Natural no obligado a llevar contabilidad
	Persona Natural obligado a llevar contabilidad
	Sociedad con fines de lucro
	Sociedad sin fines de lucro
	Empresa Pública
	Institución Pública
	Economía Popular y Solidaria
<b>Tamaño de la empresa</b>	Microempresa
	Pequeña empresa
	Mediana empresa "A"
	Mediana empresa "B"
	Grande empresa
<b>Genero del Empleado</b>	Masculino
	Femenino

**Fuente:** Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) 2015

**Tabla 2 . Estadística Descriptiva**

Sectores Económicos 2015	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Agricultura, Ganadería, Silvicultura	3,2%	,9%	4,1%
Minas y Canteras	,3%	,0%	,3%
Industria y Manufactura	5,4%	3,9%	9,3%
Comercio	14,1%	16,0%	30,1%
Construcción	3,1%	,8%	3,9%
Servicio	28,0%	24,3%	52,3%
	54,1%	45,9%	100,0%

**Fuente:** Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) 2015

**Realizado por:** Investigadores

Conforme la tabla No2, se establece que los sectores que más inciden en la empleabilidad del Ecuador, son el Servicio y el Comercio, los cuales representan el 80%. La industria manufacturera representa apenas el 9%. La tendencia de empleo marcada en los sectores de servicios y comercio, consideran los investigadores que se debe por una parte, al regreso de los migrantes al país. De otra parte, el Ecuador es uno de los pocos países que ostenta la doble calidad de emisor y receptor de migrantes, situación a la cual se suma la acogida de los desplazados de otras naciones (Secretaría de Relaciones Migratorias y Consulares, 2007). También se considera que la emigración del área rural a la urbana crea esa condición.

**Tabla 3. Zonas de planificación**

Zonas de Planificación 2015	SEXO		Total
	Hombre	Mujer	
Zona 1 - Esmeraldas, Carchi, Imbabura, Sucumbíos	3,9%	2,7%	6,7%
Zona 2 - Pichincha, Napo, Orellana	2,4%	1,8%	4,2%
Zona 3 - Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza	6,3%	4,6%	10,9%
Zona 4 - Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas	5,1%	3,8%	8,9%
Zona 5 - Santa Elena, Guayas, Los Ríos, Bolívar, Galápagos	4,1%	3,0%	7,1%
Zona 6 - Azuay, Cañar, Morona Santiago	4,9%	3,8%	8,7%
Zona 7 - El Oro, Loja, Zamora Chinchipe	4,4%	3,1%	7,5%
Zona 8 - Guayaquil, Durán, Samborondón	9,6%	8,8%	18,3%
Zona 9 - Quito Distrito Metropolitano	13,4%	14,1%	27,5%
	54,2%	45,8%	100,0%

**Fuente:** Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) 2015

**Realizado por:** Investigadores

Las zonas más influyentes en la empleabilidad del Ecuador, están en la Zona 3, 8 y 9, lo cual tiene mucho sentido, ya que ellas están compuestas por las principales ciudades del Ecuador. Es de notar que las zonas rurales del Ecuador, son zonas deprimidas en cuanto a empleabilidad, trayendo como consecuencia una crisis en esos sectores.

**Tabla 4.** Forma institucional

Forma institucional 2015	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Régimen simplificado RISE	3,9%	5,4%	9,3%
Persona Natural no obligado a llevar contabilidad	34,2%	29,5%	63,7%
Persona Natural obligado a llevar contabilidad	5,5%	3,3%	8,8%
Sociedad con fines de lucro	8,7%	5,5%	14,2%
Sociedad sin fines de lucro	1,0%	1,2%	2,2%
Empresa Pública	,1%	,0%	,1%
Institución Pública	,5%	,5%	1,0%
Economía Popular y Solidaria	,3%	,4%	,7%
	54,2%	45,8%	100,0%

Fuente: Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) 2015

Realizado por: Investigadores

**Tabla 5 .**Tamaño de las empresas con personal

Tamaño de empresas con personal último 2015	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Microempresa	43,6%	39,5%	83,1%
Pequeña empresa	7,5%	5,0%	12,5%
Mediana empresa "A"	1,2%	,6%	1,7%
Mediana empresa "B"	,9%	,4%	1,2%
Grande empresa	1,0%	,4%	1,4%
Total	54,2%	45,8%	100,0%

Fuente: Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) 2015

Realizado por: Investigadores

El análisis demuestra que el 94% de empleabilidad se encuentra en la microempresa y pequeña empresa.

#### Prueba chi-cuadrado

Para probar la independencia entre los factores estudiados y el género del empleado, se realizó pruebas de hipótesis donde se prueba la siguiente hipótesis:

Ho: No existe relación o dependencia entre el factor estudiado y el sexo del empleado.

Versus

H1: Existe relación entre los factores de estudio y el sexo del empleado.

La significancia del estadístico Chi-cuadrado, para cada factor, es menor a 0,01 para todos los factores de estudio; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula de independencia de los distintos factores con respecto al sexo del empleado. Es decir, Con un 99% de confianza se puede afirmar que los distintos factores influyen en el género de los empleados.



hacia la zona urbana, en detrimento de la zona rural, trayendo como consecuencia una contracción en la economía y calidad de vida de las zonas rurales. Se recomienda crear políticas de incentivo laboral en las zonas rurales; de esta forma se evitará el éxodo hacia la zona urbana y a la vez se potenciara el rubro agrícola del país.

De otra parte, cuando se analiza género, se evidencia que las mujeres tienen mayor presencia en las microempresas y en el sector de servicios e industrias manufactureras, mientras que los hombres tienen mayor presencia en el resto de los sectores económicos, de estos resultados, se puede colegir que el sistema sigue favoreciendo al género masculino con mayores oportunidades de trabajo.

### Referencias bibliográficas

- UTMACH. (2015). Obtenido de <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/>
- World Trade Organization. (2017). Obtenido de [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)
- Agudelo de Bedout, S. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde Colombia. *Revista de negocios Internacionales*, 2(1), 3-11.
- Allen, D. (2006). Comemos combustibles fósiles. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*.
- Alvarez, G. (1992). El Constructo "Clima Organizacional": Concepto, teorías, Acciones Investigacion y Resultados Relevantes. *Interamericana de Psicología Ocupacional*.
- Ancona, M., Camacho, M., & Garcia-muñoz, C. (2012). Motivacion laboral en empleados administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. *Revista internacinal de administración y finanzas*, 121-134.
- Andrews, K. (1977). *El concepto de estrategia en la empresa*. Pamplona. Pamplona: Ed Universidad de Navarra.
- Angulo, S. (5 de abril de 2017). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. *El Comercio*.
- Anónimo. (16 de junio de 2016). *Diario El Telegrafo - Economía*. Obtenido de MAs de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por-presunta-estafa-masiva>
- Ansoff, H. (1976). *La estrategia de la empresa*. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra.
- Ansón Lapeña, J. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez, V. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Apuy, L. (2008). Factores del Clima Organizacional que influyen en la Satisfacción Laboral del Personal de Enfermería, en el Servicio de Emergencias del Hospital San Rafael de Alajuela, Junio- Noviembre 2008. San José, Costa Rica.
- Araujo, A., & Tapia, E. (2015). Economic Problems that Officials and Analysts are Worried About. *El Comercio*, 1.
- Araujo, J. A. (2007). Rendimiento empresarial. *Mediterraneo Economico*, I(11), 60.
- Arias . (2006). *La investigacion documental*.
- Arredondo, F., Maldonado, V., & De la Garza, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, Actitudes ante edad y género. *Scielo*, 24(43), 285.305.
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión 2004*; vol. 5(17), 23-29.
- Asamble Constituyente. (2014). *Código Orgánico Monetario y Financiero*. Quito: Lexis.
- Asamble Nacional. (2014). *Ley Oránico de Discapacidades*. Quito.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Lexis.
- Asamblea Constituyente. (2009). *Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera*. Quito: Lexis.

Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. (2012). Reservas mundiales. España: CEIDA.

Awad, G., & Valencia, A. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. *Reflexión Política*, 80-89.

Aybar Arias, C., Casino Martínez, A., & López Gracia, J. (2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30121108>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la Responsabilidad Social Empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: Comunicado de Prensa.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>

Banco Mundial. (2013). Los principios de Ecuador. Estados Unidos: [http://www.equator-principles.com/resources/equator\\_principles\\_spanish\\_2013.pdf](http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_spanish_2013.pdf).

Barranco Saiz, F. J. (2010). *Marketing Político*. Madrid: ESIC Editorial.

Barrientos Felipa, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. *Semestre Económico*, 122-123.

BCE / INEC / Medios de Comunicación. (09 de marzo de 2017). Diario El Telégrafo. Obtenido de La quiebra de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quiebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas-costaron-usd-8-600-millones>

BCE. (2017). Banco Central del Ecuador. Obtenido de Preguntas Frecuentes / Fondos de liquidez: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/ServiciosBCentral/FondoLiquidez/preguntasFrecuentes.pdf>

Bernal, C. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.

Boada, J. V., & Arguello, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicósomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema, Revista Anual de Psicología*, 125-131.

Bonilla, L. (29 de Mayo de 2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *El Observador Económico*.

Bosma, N., & Amorós, J. E. (2013). *Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe*. Concepción, Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. Obtenido de <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>

Bouhali, R. (2015). *Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning*.

Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. (2007). *Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe*. México: Teoría y Praxis.

Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J. (2007). *Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid.

Bustamante, J. (2013). *Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas, Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TEISIS%20COMPLETA.pdf>

Cabrera M. (2013). *El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador*. Quito, Ecuador: tesis de grado Universidad San Francisco De Quito.

Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros. (2013). *Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos Escambray*. Santiago, Chile.: Editorial Edicasa.

Caligiore, I., & Diaz, J. (2003). *lima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio*. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 8. N° 24, 60-64.

Campos, G. (2003). *Implicaciones del Concepto de Empleabilidad*. *Revista Iberoamericana de Educación* (ISSN: 1681-5653).

- Canals, A. (2003). Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de La gestión del conocimiento: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>
- Castro Martínez, L. (2012). El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama. Norteamericana, 14.
- CEAACES. (2015). La gestión e proyectos en las IES. Guayaquil: Gobierno.
- Cevallos, P. (10 de Enero de 2010). Primary education is practically universalized according to Ecuadorian government. EFE News Service, pág. 1.
- Chaparro, L. (2006). Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas públicas y privadas). Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 7-32.
- Chiang, M., Botelo, M., & Huerta, P. N. (2008). Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas) Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos. Revista Universum N: 23 Vol.2, 66-85.
- Cibrán Ferraz, P., Prado Román, C., Crespo Cibrán, M., & Huerte Galbán, C. (2013). Planificación Financiera. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- CIRFS. (02 de 08 de 2017). Obtenido de European Man-Made Fibres Association : <http://www.cirfs.org/>
- Clark, C. (1940). Las condiciones del progreso económico.
- Clement Norris & Pool Jhon. (1982). Economía: Enfoque América Latina. México: McGraw-Hill, Pág. 13.
- Clerc, I. (2012). Introducción a las condiciones del trabajo. OIT. 346 p. Ginebra.
- COMEX. (2015). Importaciones - Evolución.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. Bruselas: Comisión Europea.
- Consejo Nacional de Educación. (2006). Plan Decenal de Educación. Quito.
- Consortio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES). (2010). Quito.
- Constitución. (1998). Art. 306. Quito.
- Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2015). El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>
- Coviello, M. (2003). Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: CEPAL.
- Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P. (2010). UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. . Loja, Loja, Ecuador: : Universidad Nacional de Loja.
- De la Torre, A. (2013). América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad. Obtenido de Artículos del Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>
- Definiciones de desarrollo. (2012). Definiciones de desarrollo. Recuperado el Julio de 2017, de Definiciones de desarrollo,: <http://www.definicion.org>
- Diario Expreso. (15 de Abril de 2015). Ecuador es un ejemplo en Bachillerato Internacional.
- Díaz, M. (2001). Rendimiento. GpSerrano, I(32), 100.
- Díaz, R. (2011). Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo Popular Caracas utilizando métodos prospectivos. Cuba: Tesis de Maestría, Universidad de Cienfuegos.
- Diccionario de la lengua española. (2015). Real Academia Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es>
- Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). Macroeconomía. Décima edición. México: McGraw-Hill Irwin.
- Duque, Y., Cardona, M., & Jaime, R. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y



certificaciones. Scielo, 29(50).

Economía y Finanzas internacionales . (13 de Junio de 2017). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecualequidos S.A. (2017). Misión. Guayaquil: <http://ecualequidos.com.ec>.

Edwards, S., & Rodriguez, A. (2008). Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes. Quito, Ecuador: Conservación Internacional.

EFE. (16 de Septiembre de 2005). Palacio asegura haber incorporado los Objetivos de Desarrollo del Milenio. La Hora Nacional.

El Telégrafo. (5 de Noviembre de 2011). “Hace bien, hace mejor”, sello estatal a la excelencia.

El Telégrafo. (2017). Sector y empleo informales en Ecuador. Obtenido de El Telégrafo : <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El Universo. (16 de septiembre de 2004). La educación, desde que EL UNIVERSO es testigo. EL UNIVERSO.

El Universo. (15 de Febrero de 2015). Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de RSE.

El Universo. (24 de Mayo de 2016). INEN implementará Mi primer sello de calidad para Mipymes.

Elizondo , A. (2002). Metodología de la investigación contable. México: International Thomson Editores S.A.

Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Obtenido de Emprende pon a andar tus ideas: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>

Eslava, E. (2015). Education in Latin America: Challenges and opportunities for philosophy in the region. Universitas Philosophica Vol. 32, 223-243.

ESPAC. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano Ecuador. INEC. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

España , D., & Rivera , E. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. Papel Político, 1-42.

España Espinoza, D. A., & Rivera Aya, E. N. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. Redalyc, 17(1), 23.

Espinel, L. (2006). condiciones de rendimiento. Dialnet, I(30), 86.

Espinosa Andrade, A. (2015). Educational Statistics, Indicators' Report, Vol. 1, March 2015. Quito: Ministerio de Educación.

Esteban, G. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. Dialnet, I(28), 55.

Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., Jiménez Naranjo, H. V., & Hernández Mogollón, R. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Madrid. España. Portal Universia S.A. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>

Fernández, A., & Emandez, A. (1986). EK DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA, NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANALISIS. Madrid.

Ferrari, L. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. Revista Mexicana de Física, 36-43.

Figueiredo, A. (1993). El modelo del conflicto y la Teoría de Juegos. Fundamentos Económicos, 319.

FLACSO Ecuador y MIPRO . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>

Freile, C. (marzo de 2015). Para el Aula. Recuperado el 21 de abril de 2017, de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29)

- Fuertes, M. O. (2005). Practicas de emprendimiento. Dialnet, I(15), 259.
- Ganga, F., Piñones, M., & Saavedra, L. (2015). Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. FENOpinaonline.
- Garabiza, B. (septiembre de 2015). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Economía.
- García Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. ESPOL Technological Journal, 2-45.
- García, A. (julio de 2009). Eumed.net. Obtenido de El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>
- García, E. (2007). Influencia de las industrias en el Rendimiento. Dialnet, I(41), 180.
- García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). ESTADÍSTICA EMPRESARIAL. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.
- García, M. (2009). Clima organizacional y su Diagnostico: Una Aproximación Conceptual. Cuadernos de administración , 43-61.
- García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / No. 42, 43-61.
- García, M., Hernández, T., Navarete, D., Alejandra, C., & Germán, S. (2014). Eelementos de los modelos determinantes del clima organizacional. European Scientific Journal, 10(28), 107-122.
- Gasca y Olvera. (2011).
- Global Reporting Initiative. (1997). Historia GRI. Estados Unidos.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). GAD Municipal de Machala (GAD). Obtenido de <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>
- Gomez, C. (2004). Diseño, construccion y validadcion de un instrumento que evalua clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al item. Acta colombiana de sicologia , 97-113.
- Gomez, N. (2017). El modelo de Triple helice. Guayaquil: UESS.
- Gómez-Salas, J. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. Investigación Económica , 171-202.
- Gonzalez. (2007). variedad empresarial. Ventura, 73.
- Gonzalez. (2007). Variedad Estrategica y rentabilidad empresarial. Economía Aplicada, I(72), 200.
- González, J. (2009). La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles. México: Divulgación.
- Gottmann, J. (1973). Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricità. Torino: Einaudi.
- Goyes, J. (21 de diciembre de 2012). Clima organizacional en la Universidad del Valle, documento de trabajo diagnostico. Obtenido de Universidad del Valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>
- Grajales. (2000).
- Grajales, P. (2014).
- Great Place To Work. (15 de noviembre de 2010). Buen Clima Laboral, una tarea pendiente. Diario Hoy.
- Guerrero, G. (2012). El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV. IDE Business School.
- Guerrero, R., Focke, K., & Rossini, F. (2010). Redes de seguridad financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe. Bogotá: BID.
- Gutierrez, A. (2015). La crisis financiera del 2008. Una visión desde la macroeconomía del desequilibrio. RES NON VERBA, 116.
- Hamel, G. (2011). El futuro de la administración.
- Hansé, F. (2010). Quito: CERES.

- Heritage Foundation. (2017). 2017 Index of Economic Freedom. Washington, DC: Heritage Foundation.
- Hernández Sampieri, R. (l. 2007. 336 p.). Fundamentos de metodología de la investigación. Madrid (España): . McGraw Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). Metodología de la Investigación. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, Fernández y Baptista . (2006). Metodología de la Investigación.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. Mexico D.F.: McGraw Hill .
- Hernández, R., Mendez, S., & Contreras, R. (2014). Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia. Contaduría y administración 59 (1), 229-257.
- Herzberg, F. (1954). La Teoría de la Motivación-Higiene.
- Herzberg, F. (2003). Una vez mas : como motivar a sus empleados. Harvard Bussines Review, 3-11.
- Hurtado, M. (2017). ¿Cuál es el origen del emprendimiento? Obtenido de <https://www.aulaclicks.com/cual-es-el-origen-del-emprendimiento/>
- Industrias. (2016). Las industrias de bebidas se fortalece con inversión. Vistazo, 15.
- INEC. (2014). Encuesta de superficie y producción agropecuario continua ESPAC 2014. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo 2010. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016 ). Reporte de Economía Laboral. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)
- Instituto Nacional de, S. (2012). Notas Técnicas de prevención. Primera Edición. Barcelona: : Editorial Series VZ.
- Jácome, E. (13 de June de 2016). From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam. El Comercio, págs. 1-2.
- Jiménez, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. Energética, 93-105.
- Johnson G. y Scholes, K. (1996). Dirección estratégica. Madrid: Ed. Prentice Hall.
- Jorge Palencia, I. B. (2007). La Gerencia de Proyectos de Responsabilidad Social. ORBIS, 69-72.
- Kaplan, R., & Norton, D. (2005). Cuadro de Mando Integral. . Madrid: : Gestion 2000.
- Kaplan, R., & Norton, D. (2008). Estrategia Corporativa. . Harvard Business School Press.
- Klare, M. (2012). La geopolítica del gas natural . España: Papeles.
- Kreps, D. (1990). Un curso de teoría microeconómica. Princeton : Princeton University Press, 120.
- Krugman, P. (2008). Fundamentos de Economía . Barcelona: Editorial Reverté S.a++A.
- Kuschick, M. (2010). Marketing y comunicación política . Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 41.
- La Hora Nacional. (10 de diciembre de 2016). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.WS4YjfnYuUk>
- Lastra, F. (2006). Rendimiento Rentabilidad . yirepa, 15.
- Lastra, X., Coloma, J., Espinosa, D., & Herrera, F. (2015). Las energías renovables en la actividad turística. Innovaciones hacia la sostenibilidad. Siembra, 086-094.
- Lema, B. M., & Ferrer, M. (2016). The investigative training of teachers: An imperative for higher technological

institutes in Ecuador. Santiago, 266-279.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor . (2000). Quito.

Ley Orgánica de Discapacidades. (2012). Quito: Asamblea Nacional.

Líderes. (29 de Septiembre de 2014). El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento.

Líderes. (21 de Noviembre de 2016). El sector alimentos piensa en exportación.

Líderes. (11 de Enero de 2017). e trabaja para exportar más.

Líderes. (3 de Marzo de 2017). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.

Líderes. (11 de Abril de 2017). Un fondo de 10 millones de euros para Mipymes que apuntan a la Unión Europea.

Lima, M., & López, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Quito: CERES.

Littlechild, S., & Thompson, G. F. (1977). Teoría de Juegos y planificación de estrategias. *Campana Journal of Economics* vol . 8 , nº 1, 126.

Llano, L., & Mosquera, V. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad Nacional de Colombia.

López Mateo, C. (2010). Planeación Financiera en Mipymes de Industrias en Crecimiento: El Caso de los Laboratorios de Naturistas de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en PYMES. México. UNAM. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>

López, A., Contreras, R., & Rubén, M. (2011). La RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario. *Scielo*, 261-283.

Lopez, E. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá. *Universidad & Empresa*, 9-35.

Lopez, J., & Maldonado, V. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the Eucation Ministry of Ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of Macas. *Salesiana Academic Journal (Thesis)*, 23-107.

Lousteau, M. (2011). Economía en 3D. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.

Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). *Games and Decisions*. Wiley & Sons, 59.

Luna Tamayo, M. (2014). Educational policies of Ecuador, 1950-2010: State deeds and society's initiatives. *UNED*, 1-362.

Malhotra, N. K. (2016). *INVESTIGACION DE MERCADOS*. Mexico D.F.: Pearson Education.

Mallo, P. E. (2005). *LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD*. Buenos Aires: Congreso Metropolitano de Ciencias Economicas.

Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía*. México: Cengage Learning.

Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. *Revista Universidad EAFIT* , 80-87.

Manuel, F. (2001). Procesos estrategicos y Implicacion para el Rendimiento. *Revista Anual*, I(38), 116.

MCCTH. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . *EcuadorUniversitario*, 1-2.

Meier, P. (2014). *Leveraging Uncertainty: A Practical Approach to the Integration of Responsible Innovation through Design Thinking*.

Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. Mexico: Mc Graw Hill 3era Edición.

Mendoza, M. (11 de Diciembre de 2016). Un viaje al origen del 'boom' bananero. *El Comercio*.

Merino, L. (2012). Las energías renovables. España: Energías Renovables para todos.

Ministerio Coordinador de la Producción, E. y. (2014). Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador-espaniol.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Más de 100 MIPYMES cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de MCE. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Fomento de las pymes ecuatorianas. Guayaquil-Ecuador: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2012). Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. La Habana: Instituto de Estudios e Investigaciones del trabajo.

Ministerio del Trabajo. (2015). Seguridad y Salud en el Trabajo. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.

MIPRO. (2012). Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores. Ministerio de Industria y Productividad.

Mira, M. (2012). La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: uncampo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores. España.

Moliner. (2012). relacion con el rendimiento y rentabilidad en empresas. Papersdeturisme, 75.

Morla, M. (12 de febrero de 2006). Cacao ecuatoriano glorias de siempre. El Universo.

Mujica, M., & Perez, I. (2007). Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad. Revista de Educación, Año 13, Número 24, 290-304.

Murillo, D. (2007). Rescatar la economía económica de Adam Smith. En *Ética, Economía y Empresa* (pág. 39). Barcelona: Gedisa.

Murillo, D., & Arnau, G. (2007). *Ética, Economía y Empresa*. En *La dimensión moral de la economía* (pág. 84). España: Gedisa S.A.

Naciones Unidas. (2000). Declaración del Milenio. Nueva York: Asamblea General.

Nadal, A. (2002). Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México. México: Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.

Narváez Liceras, A. (2017). Finanzas Corporativas y estudios de casos. Lima: Macro EIRL.

Navarrete, J. (2012). Política Económica. México: Red Tercer Milenio S.C.

Navarro, E. (2008). Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción. *Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización*, 1917-1927.

Noblejas. (2012). Obtenido de *Página 7 Comunicación S.L. C/ Noblejas, 5 Bajo - 28013 Madrid*

OCDE. (s.f). Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>

OCDE/CEPAL/CAF. (2016). Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento. Paris. Francia. OECD . Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>

Ochoa Setzer , G. (2012). Administración Financiera. Mexico: McGraw-Hill.

OEI. (2016). Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura. Recuperado el 2017, de [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)

Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La transición de la economía informal a la economía formal . Obtenido de Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)

Ordiz, M. (2001). Rendimiento. *Dialnet*, I(45), 252.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2015). Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca. Roma, Italia: FAO.

- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)
- Ortega, A. (2016). Semblanza del Dr. Rodrigo Borja Acto de Investidura Doctor Honoris Causa. Guayaquil.
- Owen, G. (1968). *Game Theory*. Philadelphia: Saunders.
- Pacheco, L., & Pacheco, R. (2015). Evolución de la educación superior en el Ecuador. La Revolución Educativa de la Universidad Ecuatoriana. Pacarina del Sur.
- Páez, T. (2009). Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de. Universidad de Valencia, 1-14.
- Paladines, C. (2015). Prospects for change in Basic Education and High School. Ecuador: 2007-2013. *Praxis Educativa*; vol. 19, 3452.
- Palma, S. (2000). Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias. *Revista de Investigación en Psicología*, 11-21.
- Pardo Granizo, M. A. (2013). Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro. Milagro. Ecuador. UEM. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>: <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>
- Patricio Peña, presidente del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa (IEGC). (28 de junio de 2017). El Gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial. Fundación Corresponsable.
- Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Jeremy, D., Rebecca, L., Maitlis, S., y otros. (2005). Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation. *Journal of Organizational Behavior*, 379–408.
- Pérez, R., & Carrillo, B. (2000). *Desarrollo local: manual de uso* (2da. ed.). Madrid: ESIC.
- Pino, J. (2007). Alto Rendimiento. *Andrews*, I(28), 60.
- Producción, R. a. (2014). [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec). Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf>
- Programa Formación de Formadores en RSE. (s.f). Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?
- Pronaca. (2015). Memoria sostenible de ser Pronaca. Guayaquil.
- Quijije, B., & Verzosi, C. (2017). Ecuador: Desarrollo local y emprendimiento. En C. Ronny (Ed.), *Perspectiva del desarrollo regional sustentable en Ecuador* (págs. 47-66). Loja: Ediloja Cia. Ltda.
- RAE, R. (2017). *Diccionario de Lengua Española*. Obtenido de Estabilidad: <http://www.rae.es/>
- Ramírez González A. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*.
- Ramirez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). La Motivacion laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tuberia de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 143-148.
- Ramos Ferrin, V. L. (2006). AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. Guayaquil.
- Ratzel, F. (1902). *La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida*. Alemania.
- Real Academia Española. (29 de junio de 2012). *Diccionario*. Obtenido de Sitio web de la Real Academia de la Lengua: <http://www.rae.es/>
- Red de Firmas (PwC). (2016). Informe del King IV sobre Gobierno Corporativo <sup>TM</sup> para Sudáfrica 2016. Sudáfrica: PwC.

- Reinoso, H., & Araneda, B. (2007). Diseño y validación de un modelo de medición del clima basado en percepciones y expectativas. *Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre*, 42.
- Rentería, E. (2004). *Empelabilidad: una lectura psicosocial*. Seminario Los Trabajos de la Globalización. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.
- Restrepo, L., & Gonzalez, J. (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias*, 183-192.
- Revista Ekos*. (06 de 2015). *ekosnegocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>
- Revista Ekos negocios*. (2011). Conformación de la Norma ISO 26000. En *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).
- Revista Ekos negocios*. (2011). ELCAFÉ y su responsabilidad social. En *www.ekosnegocios.com* (Ed.), *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 68-69). Ecuador.
- Revista Ekos negocios*. (2011). Nestlé: Creación de valor compartido. En *Empresas con Responsabilidad Corporativa* (págs. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).
- Revista Ekos negocios*. (2017). Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB.
- Revista Líderes*. (2015). La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador. Obtenido de *Revista Líderes*: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>
- Reyes, P. (2016). *Combustibles fósiles y contaminación*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Rio, M. d. (2013). Relación entre rentabilidad y rendimiento. *Economía*, 73.
- Rios, M. F. (2007). Procesos de Rentabilidad en una Organización. *Psicothema*, I(8), 102.
- Rodríguez Puente, E. (enero de 2005). *Boletín Técnico*. Obtenido de [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL\\_08\\_05\\_MTY\\_FC.PDF](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL_08_05_MTY_FC.PDF)
- Rodríguez, D. (2005). *Diagnóstico Organizacional*. Buenos Aires: Editorial Alfaomega.
- Rosero, R., Bermúdez, J., Gómez, G., García, M., & Reyes, I. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 267-284.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). *Finanzas corporativas*. Mexico: McGraw-Hill Companies.
- Rubio Domínguez, P. (2008). *Inreoducción a la Gestión Empresarial*. Madrid: INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.
- Rubio, P. (2007). *Manual de Analisis Financiero*. *Derecho y Economía*, I(2), 10.
- Sack, R. (1986). *Human Territoriality: Its theory and history*. Cambridge University : Press.
- Salgado, J., Remeseiro, C., & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. *Psicothema*, 329-335.
- Samuelson, P. (2001). *Macroeconomía*. Décima sexta edición. Barcelona: Mc. Graw Hill.
- Samuelson, Paul y Nordhaus William,. (2005). *Economía*. Mexico: McGraw -Hill. 18.a.ed.
- Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *researchgate*., 50-62.
- Sánchez, J. (Noviembre de 2015). Tesis de maestría. *Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano en Ecuador*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Ciencias Económicas.
- Santos, M. (1994). *O Retorno do Território*. São Paulo: Hucitec-ANPUR.
- Sarmiento, S., & Montoya, J. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.
- Sashkin, M. (1996). *El Cuestionario MbM Gestion por motivación*.
- Satterthwaite, M. A. (1975). Economía, aplicación de estrategia en la teoría de juegos. *J. Econ. Theory*, 187-217.
- Schotter, A., & Schwodiauer, G. (1980). Economía y Teoría de Juegos. *diario of Economic Literature*, 89.
- Secretaría de Relaciones Migratorias y Consulares. (Julio de 2007). *Política Migratoria del Ecuador*. Obtenido de <http://www.refworld.org/pdfid/49002e312.pdf>
- Segovia, F. (Noviembre de 2016). *Sixto Durán Ballén, el señor Presidente*. *El Comercio*.

- Semplades, S. (2013). Plan nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Quito: Semplades.
- Senge, P. (2003). La Quinta Disciplina, El Arte y la Práctica de las Organizaciones que Aprenden. . Currency.
- Serrano Carmona, A. (25 de October de 2015). 47% of working children in Ecuador, in risk situations. 'La Hora', págs. 1-3.
- Shubik, M. (1987). Game Theory in Social Sciences. Massachusetts: MIT Press.
- Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. Londres: Alianza.
- Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. (1990). Economía. España: MacGraw-Hill, Pag. 3.
- Stieler, U. (16 de Julio de 2014). Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>
- Stiglitz, J. (2002). El malestar en la globalización (1era ed.). España: Litografía Losés S.A.
- Superintendencia de Compañía del Ecuador. (2011). Superintendencia de Compañía del Ecuador. Obtenido de [www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)
- Tafur, G. (2016). Impact of New Policies of Higher Education in Universities and Polytechnic Schools of Ecuador. Business Magazine, 27-34.
- Talledo, M., & Solòzano, D. (2013). Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Tarantino , S. (16 de 06 de 2012). De gerencia. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de-indicadores>
- Tedesco, J. C., & Lopez, N. (2002). Secondary Education challenges in Latin America. CEPAL Magazine, 55-69.
- Tirole, J. (1988). La teoría de juegos en la organización industrial. Cambridge: MIT Press.
- Tomalá, M. (2003). Terminos Económicos. Manta: Análisis Ediciones.
- Topanta Vera, M. I. (2010). Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Guayaquil, Guayas, Ecuador:: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- Toro, F. (1996). Clima Organizacional y Productividad . Temas de administracion, 66-72.
- Torres, R. M. (1990). Alfabetización de adultos en América Latina: Problemas y Tareas. Quito: Ciudad Centro de Investigaciones.
- Transparency International. (2017). Transparency International. Recuperado el 24 de abril de 2017, de [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)
- UNESCO. (1988). .
- UNESCO. (2006). El currículo a debate. PRELAC Proyecto regional de educación para américa latina y el caribe, 1-160.
- UNESCO. (2014). . MARCO DE ACCION PRIORITARIA.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Reglamento de Elecciones y Referendo Reformado Abril 2017. Machala: Secretaría General.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Resoluciones . Machala: Consejo Universitario.
- Valdez, A. (2015). Elaboración de un manual de procedimiento de Seguridad e Higiene del Trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construccion de obras civiles en la empresa FAGA de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/UPS-GT001284.pdf>.
- Valdez, A. (s.f.). Influencia del Rendimiento. Dialnet, II(28), 46.
- Vallaes, F. (. (2003). La etica y moral en las instituciones.
- Van Horne C., J. W. (2010). Fundamentos de Administración Financiera (Decimotercera edición ed.). México, México: Pearson Educacion.



- Vásquez, H., & Dacosta, O. (2007). Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas. *Ingeniería Investigación y Tecnología*, 249-259.
- Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. C., & Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). *Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2*, No. 2, 429-349.
- Véliz, J., & Díaz, S. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. Universidad ESAN, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.
- Villacís, M. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Villar, L. (2007). Estado de derecho y Estado social de derecho. *Revista Derecho del Estado*, 10(20), 73-96.
- Vinogradoff, L. (05 de 04 de 2014). Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano Leopoldo López. ABC International.
- Vistazo. (2016). La industria de bebidas se fortalece con inversión.
- Viteri Diaz, G. (2006). Education situation in Ecuador. *Latin American economy Observatory*, 1-24.
- Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de latinoamerica. Washington.
- Wateryear. (2007). Obtenido de [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007
- world bank group. (2006). ¿Qué es RSE?
- Yakumuseoagua. (2008). Obtenido de [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008
- Zavala Egas, Z. (1999). Corrupción política: El caso del Ecuador. *Corrupción política: El caso del Ecuador*. Guayaquil.

# Análisis de Varianza de Los Sectores de Producción con Rendimientos Homogéneos en la Ciudad de Guayaquil – Ecuador Durante el Año 2016

**Karina Govea**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil  
karina.govea@cu.ucsg.edu.ec

**Angie Pérez**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil  
angie.perez@cu.ucsg.edu.ec

**Marlon Valencia**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil  
marlon.valencia@cu.ucsg.edu.ec

## Resumen

El objetivo de la presente investigación es analizar los sectores de producción con elementos de la misma naturaleza o semejantes. El estudio comprendió el análisis a los sectores agricultura, ganadería, Silvicultura y Pesca correspondiente al año 2016, a través de la prueba Anova. Como resultado se obtuvo que las medias de los sectores fueran similares por lo que los consumidores tienden a demandar en similar proporción a cada una de las industrias mencionadas.

**Palabras Claves:** Homogeneidad, Anova, Rentabilidad.

## Abstract

The objective of the present investigation is to analyze the production sectors with elements of the same nature or similar. The analysis was carried out through the analysis of the agriculture, livestock, forestry and fishing sectors corresponding to 2016 through the Anova test. As a result it was obtained that the averages of the sectors were similar so that consumers tend to demand in similar proportion to each one of the industries mentioned.

**Keywords:** Homogeneity, Anova, Profitability

## Introducción

El objetivo de la presente investigación es analizar los sectores de producción con elementos de la misma naturaleza o semejantes. El conocimiento vinculado a productos y procesos productivos se traduce en mejoras de competitividad y rentabilidad para aquellas industrias.

Por lo tanto, la industria permite generar mayor productividad, mayores ingresos, mejores empleos. Esto se traduce como un mejor nivel de vida y en un mayor crecimiento económico.

## Objetivos

- Generar las condiciones necesarias como analizar cada sector para apuntalar el desarrollo productivo.
- Evaluar el impacto en la mejora de las condiciones de vida y desarrollo económico como reducir la vulnerabilidad externa de dicho sector o país.

## **Problema**

El problema que surge en la presente investigación es el desconocimiento analítico sobre los sectores de producción cuyo rendimiento es homogéneo, pudiendo ser esta una dificultad para saber de una forma clara la rentabilidad que tienen las industrias del campo de estudio.

## **Justificación**

La importancia de realizar la investigación reside en lvez analizado los sectores de producción de rendimiento homogéneas conozcamos de un amanaera más clara, a través de análisis de varianza de la rentabilidad de diversas industrias de tal manera que esta tenga una buena aceptación.

## **Revisión de literatura**

### **El Rendimiento**

El rendimiento es una modificación de las competencias relativas, toda vez que cada socio ha podido acceder a las competencias de los demás (Diaz M. , 2001) p.32. En las empresas el rendimiento se refiere al beneficio económico que ofrece a la productividad. Es la proporción que surge entre los empleados para obtener algo. El rendimiento es una identificación futura de oportunidades de colaboración (Pino, 2007). El rendimiento es la mejora de toma de decisiones y los resultados son la estrategia que se ejecuta en gestión. Es la capacidad de planificar, analizar, optimizar lo mejor de la industria para realizar un proceso más rápido y confiable. El rendimiento aumenta el margen de beneficio, obtiene más margen por cada unidad monetaria de venta (Rubio, 2007).

De esta definición el rendimiento se relaciona con los recursos que se emplea a conseguir y de esto obtener un resultado beneficioso, la relación entre la utilidad y el capital de la industria. El rendimiento es la ganancia de cierto periodo que luego se genera a una inversión. Una buena aproximación al rendimiento de las empresas conjuntas la capacidad complementa los recursos que necesitan (Espinel, 2006). El rendimiento de las industrias requiere de la tecnología e inversión. Tiene la capacidad de analizar y notificar a las industrias para emprender en lo necesario. Pese a esto tiene un acercamiento a la inversión que en ciertos resultados fallan. El rendimiento de las industrias es algo subjetivo y depende del propio balance que haga la empresa de sus contribuciones y los diversos beneficios que haya podido obtener (Esteban, 1994). Es la utilidad que rinde o da una persona o cosa en proporción del resultado que se obtiene para alcanzar algo. Las medidas de rendimiento utilizadas: Medidas financieras o de rentabilidad, Medidas operativas y Medidas relacionadas con la consecución a corto y largo plazo de la empresa (Araujo J. A., 2007, pág. 11).

A esto se considera el rendimiento como concepto multidimensional que integra medidas de eficacia, eficiencia y adaptabilidad. Es la relación directa con los factores en diferentes variables dentro del negocio y las empresas. Las Industrias con mayor rendimiento obtienen diferentes muestras significativas a las de menor rendimiento, las e industrias con mayor rendimiento son más analíticas (Rios, 2007, pág. 8).

Las Industrias con mayor rendimiento están más orientadas hacia al futuro, son más explícitas, presentan un mayor exploración del entorno y mayor negociación con una pro actividad y asumiendo riesgo. Las estrategias y la estructura es una implicación para el rendimiento (Manuel, 2001, pág. 38) estos elementos se apoyan y adquieren significado desde la organización en su conjunto. Esto indica relaciones importantes entre componentes de estrategias y el rendimiento. En el rendimiento se vincula conceptos como la eficiencia y efectividad con la finalidad de conseguir un buen resultado. El rendimiento de una empresa depende del propio balance que haga la empresa de sus contribuciones y los diversos beneficios que haya podido obtener (Valdez,

pág. 28). Un apoyo al rendimiento también es la tecnología de la información.

El rendimiento es el centro del negocio que con su resultado simple de indicadores se supone un reflejo en el cumplimiento de los objetivos económicos de la empresa. Se puede decir que con el rendimiento la empresa pueda ser más eficiente y mantenerse delante de su competencia. Las empresas que obtienen un buen rendimiento no cambian de Statu “si no hay problema, no busquemos una solución” (Fuertes, 2005, pág. 15).

### **Rentabilidad de las Industrias**

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades (Sanchez, 2001). Se analiza el comportamiento del precio de las acciones alrededor de la fecha de realización de un Split, a fin de detectar la posible generación de rendimientos extraordinarios. (Gómez-Salas, 2001).

La rentabilidad es considerada la acción económica en la que se movilizan una serie de medios, materiales, recursos humanos y recursos financieros con el objetivo de obtener una serie de resultados. (Ansón Lapeña & Pina Martínez, 1994).

Existen evidencias que sugieren que la concentración industrial, la rentabilidad industrial, los activos físicos e intangibles y el tamaño de las empresas son factores que determinan que la empresa siga una estrategia de diversificación relacionada (Gómez-Salas, 2001). En este contexto, la rentabilidad es uno de los indicadores más claros del poder de mercado de una industria, puede emplearse también como indicador de poder de mercado la capacidad de las empresas líderes para imponer precios más adecuados que los otros fabricantes y sus prácticas discriminatorias de precios entre distintos mercados. Se analiza el papel que tienen los grandes grupos alimenticios y la gran distribución comercial se realiza una estimación de la rentabilidad que obtiene la industria. La rentabilidad industrial es un parámetro que indica, en tanto por ciento, la variación que ha experimentado el valor de un activo durante un cierto periodo de tiempo y su cálculo obedece a la relación entre la ganancia obtenida y los recursos utilizados para obtener dicha ganancia. Los indicadores de rentabilidad, denominados también de rendimiento o lucrativita, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar el costo y el gasto, y de esta manera convertir las ventas en utilidades (Ortiz, 2011, p. 171). Para elevar la eficiencia y la productividad del trabajo y reducir los costos solo es alcanzable con una eficaz administración del capital por medio de la rentabilidad (Jaramillo, 2016). La rentabilidad potencial de una industria está inversamente relacionada con el grado de heterogeneidad estratégica interna a la misma:(González & Ventura, 2007).

Las rentabilidades elevadas persisten en la medida en que existan barreras a la entrada que impidan un aumento en el número de competidores presentes en la industria (Fernández, Montes, & Vásquez, 1996). La rentabilidad es una parte esencial de la eficiencia económica y, por lo tanto, una condición necesaria para producir (Borja, García, Reyes, & Arellano, 2016). La rentabilidad financiera de una empresa es la que se obtiene al poner en relación los beneficios líquidos, deducido el impuesto sobre beneficios, y el volumen de recursos propios mantenido durante el ejercicio económico analizado (Becerra, 1998).

Los indicadores de rentabilidad son calculados con el fin de obtener una medida acerca de la efectividad que posee el departamento administrativo de la empresa analizada, para controlar el nivel de costos y gastos que se presentan durante su operación (Fontalvo, Mendoza, & Morelos, 2011). La única manera de obtener rentabilidad

en las pequeñas y medianas empresas es que las entidades financieras reduzcan los costos con que operan, ampliar sus áreas de negocio y aumentar su competencia (Regalado, 2014). La rentabilidad financiera expresa la renta neta, o tipo de interés neto que rinde el capital colocado en un negocio (Tafunell, 1880).

La rentabilidad es la potencia de una industria relacionada con el rendimiento estratégico de los competidores de las empresas (Gonzalez, 2007, pág. 72). La relación que se ha encontrado entre rentabilidad y rendimiento es que es positiva para la industria que caracteriza un elevado nivel de resultados. Puede emplearse también como indicador de poder de mercado la capacidad de las empresas líderes para imponer precios.

La mayoría de los estudios coincide en identificar los efectos empresa como el principal factor explicativo de la variabilidad de resultados (Gonzalez, variedad empresarial, 2007). Las industrias siguen estrategias similares en gran medida con nuevos recursos y capacidades (Moliner, 2012). La rentabilidad económica mide la ganancia obtenida por la inversión, la rentabilidad financiera mide la ganancia obtenida por los fondos propios (Lastra F. , 2006). La rentabilidad y el rendimiento es relacionada por el resultado que se obtiene de la proporción realizada en un negocio teniendo una estrategia adecuada. La rentabilidad tiene un efectividad en la inversión analizada del rendimiento identificado (Rio, 2013).

### **Metodología**

La presente investigación se ha realizado mediante el método de análisis de varianza (ANOVA) de la prueba no paramétrica. Es una alternativa para determinar si las medianas de dos o más grupos difieren cuando tenga datos que no sean simétricos, como es el caso de los datos asimétricos.

Para este tipo de análisis, las hipótesis son:

- $H_0$ : todas las medianas de las poblaciones estudiadas son iguales
- $H_1$ : todas las medianas de las poblaciones no son iguales

Por lo tanto, la hipótesis del estudio no requiere que la distribución de la población se caracterice en función de determinados parámetros donde se evalúan densidades sobre los sectores de producción con elementos de la misma naturaleza o semejantes.

De tal manera que las industrias se desarrollan con mayor frecuencia y se produce un vínculo con los productos y procesos productivos. Llegando así a mejorar la competitividad y rentabilidad para aquellas industrias. La cual permite generar mayor productividad, mayores ingresos, mejores empleos que se traducen en un mejor nivel de vida y en un mayor crecimiento económico.

La función productiva se ha de convertido en una variable competitiva fundamental para las organizaciones empresariales, al menos en igualdad de condiciones con las otras actividades funcionales de la misma, en razón que representa la cantidad máxima de producción que se puede obtener aplicando eficientemente una cantidad dada de factores.

Para entender fácilmente el análisis que se realizó por medio del método análisis de varianza, se usó una herramienta que permite identificar y ubicar a las empresas del sector estratégico, dentro de determinadas zonas de desempeño.

**Tabla 1.** Rentabilidad de los sectores industriales de Guayaquil durante el año 2016 medido en millones de dólares

Rentabilidad Año 2016	Sectores Industriales			
	Agricultura	Ganadería	Silvicultura	Pesca
I	112	120	95	118
	115	117	98	124
	116	119	97	122
	118	116	103	122
II	112	120	105	121
	113	122	98	118
	112	118	96	121
	113	119	98	118
III	112	121	97	120
	119	116	103	119
	113	118	100	123
	115	119	101	118

En la tabla 1 se muestra los sectores industriales como la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con sus respectivas rentabilidades por mes y cuatrimestre expresados en millones de dólares según el reporte de base de datos de la institución pública de Súper de Compañías en Guayaquil.

**Tabla 2.** Tabla de correlación de la rentabilidad de los sectores industriales de Guayaquil durante el año 2016

	<i>Agricultura</i>	<i>Ganadería</i>	<i>Silvicultura</i>	<i>Pesca</i>
Agricultura	1			
Ganadería	0,72829052	1		
Silvicultura	0,46850115	0,37686176	1	
Pesca	0,16180917	0,47702639	0,12152549	1

La tabla 2 muestra las correlaciones en términos de rentabilidad entre las industrias seleccionadas de las cuales la única que posee mejor correlación son las industrias de agricultura con ganadería con un 0,73 de asociación de variables.

**Tabla 3.** Tabla de análisis de varianza de la rentabilidad de los sectores industriales de Guayaquil durante el año 2016

RESUMEN

<i>Grupos</i>	<i>Cuenta</i>	<i>Suma</i>	<i>Promedio</i>	<i>Varianza</i>
Agricultura	12	1370	114,1666667	5,96969697
Ganadería	12	1425	118,75	3,477272727
Silvicultura	12	1191	99,25	9,840909091
Pesca	12	1444	120,3333333	4,606060606

ANÁLISIS DE VARIANZA

<i>Origen de las variaciones</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>de Grados de libertad</i>	<i>de Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Valor crítico para F</i>
Entre grupos	3326,416667	3	1108,805556	185,6212217	5,47114E-25	2,816465817
Dentro de los grupos	262,8333333	44	5,973484848			
Total	3589,25	47				

El análisis de varianza muestra que con un nivel de significancia de 2.82 mayor al necesario cual es un alfa de 0.05 concluye que no se rechaza la hipótesis nula la cual dice que todas las medianas de las poblaciones son iguales, es decir, que el consumo de las industrias en cuestión son similares.

**Conclusiones**

Las correlaciones en términos de rentabilidad entre las industrias seleccionadas de las cuales la única que posee mejor correlación son las industrias de agricultura con ganadería con un 0,73 de asociación de variables.

El análisis de varianza muestra que con un nivel de significancia de 2.82 mayor con un alfa de 0.05 se concluye que no se rechaza la hipótesis nula la cual dice que todas las medianas de las poblaciones son iguales.

**Referencias bibliográficas**

UTMACH. (2015). Obtenido de <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/>  
 World Trade Organization. (2017). Obtenido de [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)  
 Agudelo de Bedout, S. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde Colombia. Revista de negocios Internacionales, 2(1), 3-11.  
 Allen, D. (2006). Comemos combustibles fósiles. Polis, Revista de la Universidad Bolivariana.

- Alvarez, G. (1992). El Costructo "Clima Organizacinal": Concepto, teorías, Acciones Investigacion y Resultados Relevantes. Interamericana de Psocologia Ocupacional.
- Ancona, M., Camacho, M., & Garcia-muñoz, C. (2012). Motivacion laboral en empleados administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Revista internacinal de administración y finanzas, 121-134.
- Andrews, K. (1977). El concepto de estrategia en la empresa. Pamplona. Pamplona: Ed Universidad de Navarra.
- Angulo, S. (5 de abril de 2017). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. El Comercio.
- Anónimo. (16 de junio de 2016). Diario El Telegrafo - Economía. Obtenido de MAs de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por-presunta-estafa-masiva>
- Ansoff, H. (1976). La estrategia de la empresa. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra.
- Ansón Lapeña, J. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. Revista Española de Financiación y Contabilidad, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. Revista Española de Financiación y Contabilidad, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez, V. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. Revista Española de Financiación y Contabilidad, 143-157.
- Apuy, L. (2008). Factores del Clima Organizacional que influyen en laSatisfacción Laboral del Personal de Enfermería, en el Servicio de Emergencias del HospitalSan Rafael de Alajuela, Junio- Noviembre 2008. San José, Costa Rica.
- Araujo, A., & Tapia, E. (2015). Economic Problems that Officials and Analysts are Worried About. El Comercio, 1.
- Araujo, J. A. (2007). Rendimiento empresarial. Mediterraneo Economico, I(11), 60.
- Arias . (2006). La investigacion documental.
- Arredondo, F., Maldonado, V., & De la Garza, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, Actitudes ante edad y género. Scielo, 24(43), 285.305.
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. Matronas Profesión 2004; vol. 5(17), 23-29.
- Asamble Constituyente. (2014). Código Orgánico Monetario y Financiero. Quito: Lexis.
- Asamble Nacional. (2014). Ley Oránico de Discapacidades. Quito.
- Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Lexis.
- Asamblea Constituyente. (2009). Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera. Quito: Lexis.
- Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. (2012). Reservas mundiales. España: CEIDA.
- Awad, G., & Valencia, A. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. Reflexión Política, 80-89.
- Aybar Arias, C., Casino Martínez, A., & López Gracia, J. (2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30121108>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la Responsabilidad Social Empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: Comunicado de Prensa.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>
- Banco Mundial. (2013). Los principios de Ecuador. Estados Unidos: [http://www.equator-principles.com/resources/equator\\_principles\\_spanish\\_2013.pdf](http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_spanish_2013.pdf).
- Barranco Saiz, F. J. (2010). Marketing Político. Madrid: ESIC Editorial.
- Barrientos Felipa, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. Semestre Económico, 122-123.
- BCE / INEC / Medios de Comunicación. (09 de marzo de 2017). Diario El Telégrafo. Obtenido de La quiebra



de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas-costaron-usd-8-600-millones>

BCE. (2017). Banco Central del Ecuador. Obtenido de Preguntas Frecuentes / Fondos de liquidez: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/ServiciosBCentral/FondoLiquidez/preguntasFrecuentes.pdf>

Bernal, C. (2006). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.

Boada, J. V., & Arguello, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicosomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema, Revista Anual de Psicología*, 125-131.

Bonilla, L. (29 de Mayo de 2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *El Observador Económico*.

Bosma, N., & Amorós, J. E. (2013). Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe. Concepción. Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. Obtenido de <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>

Bouhali, R. (2015). *Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning*.

Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. (2007). *Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe*. México: Teoría y Praxis.

Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J. (2007). *Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid.

Bustamante, J. (2013). *Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre*, Guayas, Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TESIS%20COMPLETA.pdf>

Cabrera M. (2013). *El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador*. Quito, Ecuador: tesis de grado Universidad San Francisco De Quito.

Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros. (2013). *Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos Escambray*. Santiago, Chile.: Editorial Edicasa.

Caligiore, I., & Diaz, J. (2003). *lima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio*. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 8. N° 24, 60-64.

Campos, G. (2003). *Implicaciones del Concepto de Empleabilidad*. *Revista Iberoamericana de Educación* (ISSN: 1681-5653).

Canals, A. (2003). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de *La gestión del conocimiento*: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>

Castro Martínez, L. (2012). *El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama*. *Norteamericana*, 14.

CEAACES. (2015). *La gestión e proyectos en las IES*. Guayaquil: Gobierno.

Cevallos, P. (10 de Enero de 2010). *Primary education is practically universalized according to Ecuadorian government*. *EFE News Service*, pág. 1.

Chaparro, L. (2006). *Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas públicas y privadas)*. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 7-32.

Chiang, M., Botelo, M., & Huerta, P. N. (2008). *Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas)* *Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos*. *Revista Universum* N: 23 Vol.2, 66-85.

Cibrán Ferraz, P., Prado Román, C., Crespo Cibrán, M., & Huerte Galbán, C. (2013). *Planificación Financiera*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

CIRFS. (02 de 08 de 2017). Obtenido de *European Man-Made Fibres Association* : <http://www.cirfs.org/>

Clark, C. (1940). Las condiciones del progreso económico.

Clement Norris & Pool Jhon. (1982). Economía: Enfoque América Latina. México: McGraw-Hill, Pág. 13.

Clerc, I. (2012). Introducción a las condiciones del trabajo. OIT. 346 p. Ginebra.

COMEX. (2015). Importaciones - Evolución.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. Bruselas: Comisión Europea.

Consejo Nacional de Educación. (2006). Plan Decenal de Educación. Quito.

Consortio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES). (2010). Quito.

Constitución. (1998). Art. 306. Quito.

Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2015). El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>

Coviello, M. (2003). Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: CEPAL.

Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P. (2010). UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. . Loja, Loja, Ecuador: : Universidad Nacional de Loja.

De la Torre, A. (2013). América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad. Obtenido de Artículos del Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Definiciones de desarrollo. (2012). Definiciones de desarrollo. Recuperado el Julio de 2017, de Definiciones de desarrollo,: <http://www.definicion.org>

Diario Expreso. (15 de Abril de 2015). Ecuador es un ejemplo en Bachillerato Internacional.

Díaz, M. (2001). Rendimiento. GpSerrano, I(32), 100.

Díaz, R. (2011). Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo Popular Caracas utilizando métodos prospectivos. Cuba: Tesis de Maestría, Universidad de Cienfuegos.

Diccionario de la lengua española. (2015). Real Academia Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es>

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). Macroeconomía. Décima edición. México: McGraw-Hill Irwin.

Duque, Y., Cardona, M., & Jaime, R. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Scielo, 29(50).

Economía y Finanzas internacionales . (13 de Junio de 2017). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecualiquidos S.A. (2017). Misión. Guayaquil: <http://ecualiquidos.com.ec>.

Edwards, S., & Rodríguez, A. (2008). Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes. Quito, Ecuador: Conservación Internacional.

EFE. (16 de Septiembre de 2005). Palacio asegura haber incorporado los Objetivos de Desarrollo del Milenio. La Hora Nacional.

El Telégrafo. (5 de Noviembre de 2011). “Hace bien, hace mejor”, sello estatal a la excelencia.

El Telégrafo. (2017). Sector y empleo informales en Ecuador. Obtenido de El Telégrafo : <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El Universo. (16 de septiembre de 2004). La educación, desde que EL UNIVERSO es testigo. EL UNIVERSO.

El Universo. (15 de Febrero de 2015). Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de RSE.

El Universo. (24 de Mayo de 2016). INEN implementará Mi primer sello de calidad para Mipymes.

- Elizondo , A. (2002). Metodología de la investigación contable. México: International Thomson Editores S.A.
- Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Obtenido de *Emprende* pon a andar tus ideas: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>
- Eslava, E. (2015). Education in Latin America: Challenges and opportunities for philosophy in the region. *Universitas Philosophica* Vol. 32, 223-243.
- ESPAAC. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano Ecuador. INEC. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- España , D., & Rivera , E. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Papel Politico*, 1-42.
- España Espinoza, D. A., & Rivera Aya, E. N. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Redalyc*, 17(1), 23.
- Espinel, L. (2006). condiciones de rendimiento. *Dialnet*, I(30), 86.
- Espinosa Andrade, A. (2015). Educational Statistics, Indicators' Report, Vol. 1, March 2015. Quito: Ministerio de Educación.
- Esteban, G. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. *Dialnet*, I(28), 55.
- Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., Jiménez Naranjo, H. V., & Hernández Mogollón, R. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Madrid. España. Portal Universia S.A. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>
- Fernández, A., & Emandez, A. (1986). EK DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA, NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANALISIS. Madrid.
- Ferrari, L. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. *Revista Mexicana de Física*, 36-43.
- Figueiredo, A. (1993). El modelo del conflicto y la Teoría de Juegos. *Fundamentos Económicos*, 319.
- FLACSO Ecuador y MIPRO . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>
- Freile, C. (marzo de 2015). Para el Aula. Recuperado el 21 de abril de 2017, de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29)
- Fuertes, M. O. (2005). Practicas de emprendimiento. *Dialnet*, I(15), 259.
- Ganga, F., Piñones, M., & Saavedra, L. (2015). Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. *FENOPinaonline*.
- Garabiza, B. (septiembre de 2015). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Economía.
- García Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. *ESPOL Technological Journal*, 2-45.
- García, A. (julio de 2009). Eumed.net. Obtenido de El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>
- García, E. (2007). Influencia de las industrias en el Rendimiento. *Dialnet*, I(41), 180.
- García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). ESTADÍSTICA EMPRESARIAL. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.
- García, M. (2009). Clima organizacional y su Diagnostico: Una Aproximación Conceptual. Cuadernos de

administración , 43-61.

García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / No. 42, 43-61.

García, M., Hernández, T., Navarete, D., Alejandra, C., & Germán, S. (2014). Eelementos de los modelos determinantes del clima organizacional. *European Scientific Journal*, 10(28), 107-122.

Gasca y Olvera. (2011).

Global Reporting Initiative. (1997). Historia GRI. Estados Unidos.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). GAD Municipal de Machala (GAD). Obtenido de <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>

Gomez, C. (2004). Diseño, construcción y validación de un instrumento que evalúa clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al ítem. *Acta colombiana de psicología* , 97-113.

Gomez, N. (2017). El modelo de Triple hélice. Guayaquil: UEES.

Gómez-Salas, J. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. *Investigación Económica* , 171-202.

Gonzalez. (2007). variedad empresarial. *Ventura*, 73.

Gonzalez. (2007). Variedad Estratégica y rentabilidad empresarial. *Economía Aplicada*, I(72), 200.

González, J. (2009). La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles. México: Divulgación.

Gottmann, J. (1973). *Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricità*. Torino: Einaudi.

Goyes, J. (21 de diciembre de 2012). Clima organizacional en la Universidad del Valle, documento de trabajo diagnóstico. Obtenido de Universidad del Valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>

Grajales. (2000).

Grajales, P. (2014).

Great Place To Work. (15 de noviembre de 2010). Buen Clima Laboral, una tarea pendiente. *Diario Hoy*.

Guerrero, G. (2012). El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV. IDE Business School.

Guerrero, R., Focke, K., & Rossini, F. (2010). Redes de seguridad financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe. Bogotá: BID.

Gutierrez, A. (2015). La crisis financiera del 2008. Una visión desde la macroeconomía del desequilibrio. *RES NON VERBA*, 116.

Hamel, G. (2011). El futuro de la administración.

Hansé, F. (2010). Quito: CERES.

Heritage Foundation. (2017). 2017 Index of Economic Freedom. Washington, DC: Heritage Foundation.

Hernández Sampieri, R. (l. 2007. 336 p.). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid (España): . McGraw Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Hernández, Fernández y Baptista . (2006). *Metodología de la Investigación*.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F.: McGraw Hill .

Hernández, R., Mendez, S., & Contreras, R. (2014). Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia. *Contaduría y administración* 59 (1), 229-257.

Herzberg, F. (1954). La Teoría de la Motivación-Higiene.

Herzberg, F. (2003). Una vez más : como motivar a sus empleados. *Harvard Business Review*, 3-11.

Hurtado, M. (2017). ¿Cuál es el origen del emprendimiento? Obtenido de <https://www.aulaclicks.com/cual-es-el-origen-del-emprendimiento/>

Industrias. (2016). Las industrias de bebidas se fortalece con inversión. *Vistazo*, 15.

INEC. (2014). Encuesta de superficie y producción agropecuario continua ESPAC 2014. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo 2010. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016). Reporte de Economía Laboral. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

Instituto Nacional de, S. (2012). *Notas Técnicas de prevención*. Primera Edición. Barcelona: : Editorial Series VZ.

Jácome, E. (13 de June de 2016). From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam. *El Comercio*, págs. 1-2.

Jiménez, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. *Energética*, 93-105.

Johnson G. y Scholes, K. (1996). *Dirección estratégica*. Madrid: Ed. Prentice Hall.

Jorge Palencia, I. B. (2007). *La Gerencia de Proyectos de Responsabilidad Social*. ORBIS, 69-72.

Kaplan, R., & Norton, D. (2005). *Cuadro de Mando Integral*. Madrid: : Gestion 2000.

Kaplan, R., & Norton, D. (2008). *Estrategia Corporativa*. Harvard Business School Press.

Klare, M. (2012). *La geopolítica del gas natural*. España: Papeles.

Kreps, D. (1990). *Un curso de teoría microeconómica*. Princeton : Princeton University Press, 120.

Krugman, P. (2008). *Fundamentos de Economía*. Barcelona: Editorial Reverté S.a++A.

Kuschick, M. (2010). *Marketing y comunicación política*. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 41.

La Hora Nacional. (10 de diciembre de 2016). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.WS4YjfnYuUk>

Lastra, F. (2006). *Rendimiento Rentabilidad*. yirepa, 15.

Lastra, X., Coloma, J., Espinosa, D., & Herrera, F. (2015). Las energías renovables en la actividad turística. *Innovaciones hacia la sostenibilidad*. Siembra, 086-094.

Lema, B. M., & Ferrer, M. (2016). The investigative training of teachers: An imperative for higher technological institutes in Ecuador. *Santiago*, 266-279.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor . (2000). Quito.

Ley Orgánica de Discapacidades. (2012). Quito: Asamblea Nacional.

Líderes. (29 de Septiembre de 2014). El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento.

Líderes. (21 de Noviembre de 2016). El sector alimentos piensa en exportación.

Líderes. (11 de Enero de 2017). e trabaja para exportar más.

Líderes. (3 de Marzo de 2017). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.

Líderes. (11 de Abril de 2017). Un fondo de 10 millones de euros para Mipymes que apuntan a la Unión Europea.

Lima, M., & López, M. (2012). *Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador*. Quito: CERES.

Littlechild, S., & Thompson, G. F. (1977). Teoría de Juegos y planificación de estrategias. *Campana Journal of Economics* vol . 8 , nº 1, 126.

Llano, L., & Mosquera, V. (2006). *El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil*. Universidad Nacional de Colombia.

López Mateo, C. (2010). *Planeación Financiera en Mipymes de Industrias en Crecimiento: El Caso de los Laboratorios de Naturistas de la Zona Metropolitana de Guadalajara*. Universidad de Guadalajara. Centro

Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en PYMES. México. UNAM. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>

López, A., Contreras, R., & Rubén, M. (2011). La RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario. Scielo, 261-283.

Lopez, E. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá. Universidad & Empresa, 9-35.

Lopez, J., & Maldonado, V. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the Eucation Ministry of Ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of Macas. Salesiana Academic Journal (Thesis), 23-107.

Lousteau, M. (2011). Economía en 3D. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.

Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). Games and Decisions. Wiley & Sons, 59.

Luna Tamayo, M. (2014). Educational policies of Ecuador, 1950-2010: State deeds and society's initiatives. UNED, 1-362.

Malhotra, N. K. (2016). INVESTIGACION DE MERCADOS. Mexico D.F.: Pearson Education.

Mallo, P. E. (2005). LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. Buenos Aires: Congreso Metropolitano de Ciencias Economicas.

Mankiw, G. (2012). Principios de Economía. México: Cengage Learning.

Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. Revista Universidad EAFIT , 80-87.

Manuel, F. (2001). Procesos estrategicos y Implicacion para el Rendimiento. Revista Anual, I(38), 116.

MCCTH. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . EcuadorUniversitario, 1-2.

Meier, P. (2014). Leveraging Uncertainty: A Practical Approach to the Integration of Responsible Innovation through Design Thinking.

Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.

Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. Mexico: Mc Graw Hill 3era Edición.

Mendoza, M. (11 de Diciembre de 2016). Un viaje al origen del 'boom' bananero. El Comercio.

Merino, L. (2012). Las energías renovables. España: Energías Renovables para todos.

Ministerio Coordinador de la Producción, E. y. (2014). Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador-espaniol.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Más de 100 MIPYMES cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de MCE. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Fomento de las pymes ecuatorianas. Guayaquil-Ecuador: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2012). Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. La Habana: Instituto de Estudios e Investigaciones del trabajo.

Ministerio del Trabajo. (2015). Seguridad y Salud en el Trabajo. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.

MIPRO. (2012). Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores. Ministerio de Industria y Productividad.

- Mira, M. (2012). La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: uncampo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores. Esapaña.
- Moliner. (2012). relacion con el rendimiento y rentabilidad en empresas. Papersdeturisme, 75.
- Morla, M. (12 de febrero de 2006). Cacao ecuatoriano glorias de siempre. El Universo.
- Mujica, M., & Perez, I. (2007). Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad. Revista de Educación, Año 13, Número 24, 290-304.
- Murillo, D. (2007). Rescatar la economía económica de Adam Smith. En *Ética, Economía y Empresa* (pág. 39). Barcelona: Gedisa.
- Murillo, D., & Arnau, G. (2007). *Ética, Economía y Empresa*. En *La dimensión moral de la economía* (pág. 84). España: Gedisa S.A.
- Naciones Unidas. (2000). Declaración del Milenio. Nueva York: Asamblea General.
- Nadal, A. (2002). Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México. México: Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.
- Narváez Licerias, A. (2017). Finanzas Corporativas y estudios de casos. Lima: Macro EIRL.
- Navarrete, J. (2012). Política Económica. México: Red Tercer Milenio S.C.
- Navarro, E. (2008). Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción. *Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización* , 1917-1927.
- Noblejas. (2012). Obtenido de Página 7 Comunicación S.L. C/ Noblejas, 5 Bajo - 28013 Madrid
- OCDE. (s.f). Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>
- OCDE/CEPAL/CAF. (2016). Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento. Paris. Francia. OECD . Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>
- Ochoa Setzer , G. (2012). Administración Financiera. Mexico: McGraw-Hill.
- OEI. (2016). Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura. Recuperado el 2017, de [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)
- Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La transición de la economía informal a la economía formal . Obtenido de Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)
- Ordiz, M. (2001). Rendimiento. *Dialnet*, I(45), 252.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2015). Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca. Roma, Italia: FAO.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)
- Ortega, A. (2016). Semblanza del Dr. Rodrigo Borja Acto de Investidura Doctor Honoris Causa. Guayaquil.
- Owen, G. (1968). *Game Theory*. Philadelphia: Saunders.
- Pacheco, L., & Pacheco, R. (2015). Evolución de la educación superior en el Ecuador. *La Revolución Educativa de la Universidad Ecuatoriana. Pacarina del Sur*.
- Páez, T. (2009). Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de. Universidad de Valencia, 1-14.
- Paladines, C. (2015). Prospects for change in Basic Education and High School. Ecuador: 2007-2013. *Praxis Educativa*; vol. 19, 3452.
- Palma, S. (2000). Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias. *Revista de Investigación en Psicología*, 11-21.
- Pardo Granizo, M. A. (2013). Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro. Milagro. Ecuador. UEM. Obtenido de Banco Central del Ecuador:

<http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>:  
<http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>

Patricio Peña, presidente del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa (IEGC). (28 de junio de 2017). El Gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial. Fundación Corresponsable.

Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Jeremy, D., Rebecca, L., Maitlis, S., y otros. (2005). Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation. *Journal of Organizational Behavior*, 379–408.

Pérez, R., & Carrillo, B. (2000). *Desarrollo local: manual de uso* (2da. ed.). Madrid: ESIC.

Pino, J. (2007). Alto Rendimiento. *Andrews*, I(28), 60.

Producción, R. a. (2014). [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec). Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf>

Programa Formación de Formadores en RSE. (s.f.). Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?

Pronaca. (2015). *Memoria sostenible de ser Pronaca*. Guayaquil.

Quijije, B., & Verzosi, C. (2017). Ecuador: Desarrollo local y emprendimiento. En C. Ronny (Ed.), *Perspectiva del desarrollo regional sustentable en Ecuador* (págs. 47-66). Loja: Ediloja Cia. Ltda.

RAE, R. (2017). *Diccionario de Lengua Española*. Obtenido de Estabilidad: <http://www.rae.es/>

Ramírez González A. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*.

Ramírez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). La Motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tubería de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 143-148.

Ramos Ferrin, V. L. (2006). *AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005*. Guayaquil.

Ratzel, F. (1902). *La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida*. Alemania.

Real Academia Española. (29 de junio de 2012). *Diccionario*. Obtenido de Sitio web de la Real Academia de la Lengua: <http://www.rae.es/>

Red de Firmas (PwC). (2016). *Informe del King IV sobre Gobierno Corporativo™ para Sudáfrica 2016*. Sudáfrica: PwC.

Reinoso, H., & Araneda, B. (2007). Diseño y validación de un modelo de medición del clima basado en percepciones y expectativas. *Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre*, 42.

Rentería, E. (2004). *Empeabilidad: una lectura psicosocial*. Seminario Los Trabajos de la Globalización. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.

Restrepo, L., & Gonzalez, J. (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias*, 183-192.

Revista Ekos. (06 de 2015). *ekosnegocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>

Revista Ekos negocios. (2011). Conformación de la Norma ISO 26000. En *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).

Revista Ekos negocios. (2011). ELCAFÉ y su responsabilidad social. En [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com) (Ed.), *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 68-69). Ecuador.

Revista Ekos negocios. (2011). Nestlé: Creación de valor compartido. En *Empresas con Responsabilidad Corporativa* (págs. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).

Revista Ekos negocios. (2017). *Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB*.

Revista Líderes. (2015). *La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador*. Obtenido de Revista



- Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>
- Reyes, P. (2016). Combustibles fósiles y contaminación. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Rio, M. d. (2013). Relacion entre rentabilidad y rendimiento . *Economía* , 73.
- Rios, M. F. (2007). Procesos de Rentabilidad en una Organizacion. *Psicothema*, I(8), 102.
- Rodríguez Puente, E. (enero de 2005). Boletín Técnico. Obtenido de [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL\\_08\\_05\\_MTY\\_FC.PDF](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL_08_05_MTY_FC.PDF)
- Rodriguez, D. (2005). Diagnóstico Organizacional. Buenos Aires: Editorial Alfaomega.
- Rosero, R., Bermúdez, J., Gómez, G., García, M., & Reyes, I. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 267-284.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). Finanzas corporativas. Mexico: McGraw-Hill Companies.
- Rubio Domínguez, P. (2008). Inreoducción a la Gestión Empresarial. Madrid: INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.
- Rubio, P. (2007). Manual de Analisis Financiero. *Derecho y Economía*, I(2), 10.
- Sack, R. (1986). Human Territoriality: Its theory and history. Cambridge University : Press.
- Salgado, J., Remeseiro, C., & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. *Psicothema* , 329-335.
- Samuelson, P. (2001). Macroeconomía. Décima sexta edición. Barcelona: Mc. Graw Hill.
- Samuelson, Paul y Nordhaus William,. (2005). Economía. Mexico: McGraw -Hill. 18.a.ed.
- Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *researchgate.*, 50-62.
- Sánchez, J. (Noviembre de 2015). Tesis de maestría . Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano en Ecuador. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Ciencias Económicas.
- Santos, M. (1994). O Retorno do Território. São Paulo: Hucitec-ANPUR.
- Sarmiento, S., & Montoya, J. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.
- Sashkin, M. (1996). El Cuestionario MbM Gestion por motivación.
- Satterthwaite, M. A. (1975). Economía, aplicacion de estrategia en la teoria de juegos. *J. Econ. Theory*, 187-217.
- Schotter, A., & Schwodiauer, G. (1980). Economía y Teoría de Juegos. *diario of Economic Literature*, 89.
- Secretaria de Relaciones Migratorias y Consulares. (Julio de 2007). Política Migratoria del Ecuador. Obtenido de <http://www.refworld.org/pdfid/49002e312.pdf>
- Segovia, F. (Noviembre de 2016). Sixto Durán Ballén, el señor Presidente. *El Comercio*.
- Semplades, S. (2013). Plan nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Quito: Semplades.
- Senge, P. (2003). La Quinta Disciplina, El Arte y la Práctica de las Organizaciones que Aprenden. . Currency.
- Serrano Carmona, A. (25 de October de 2015). 47% of working children in Ecuador, in risk situations. 'La Hora', págs. 1-3.
- Shubik, M. (1987). Game Theory in Social Sciences. Massachusetts: MIT Press.
- Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. Londres: Alianza.
- Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. (1990). Economía. España: MacGraw-Hill, Pag. 3.
- Stieler, U. (16 de Julio de 2014). Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>
- Stiglitz, J. (2002). El malestar en la globalización (1era ed.). España: Litografía Losés S.A.
- Superintendencia de Compañía del Ecuador. (2011). Superintendencia de Compañía del Ecuador. Obtenido de [www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)
- Tafur, G. (2016). Impact of New Policies of Higher Education in Universities and Polytechnic Schools of Ecuador. *Business Magazine*, 27-34.
- Talledo, M., & Solòrzano, D. (2013). Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de

- Guayaquil, sector Este. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Tarantino, S. (16 de 06 de 2012). De gerencia. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de-indicadores>
- Tedesco, J. C., & Lopez, N. (2002). Secondary Education challenges in Latin America. CEPAL Magazine, 55-69.
- Tirole, J. (1988). La teoría de juegos en la organización industrial. Cambridge: MIT Press.
- Tomalá, M. (2003). Terminos Económicos. Manta: Análisis Ediciones.
- Topanta Vera, M. I. (2010). Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Guayaquil, Guayas, Ecuador.: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- Toro, F. (1996). Clima Organizacional y Productividad . Temas de administracion, 66-72.
- Torres, R. M. (1990). Alfabetización de adultos en América Latina: Problemas y Tareas. Quito: Ciudad Centro de Investigaciones.
- Transparency International. (2017). Transparency International. Recuperado el 24 de abril de 2017, de [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)
- UNESCO. (1988). .
- UNESCO. (2006). El currículo a debate. PRELAC Proyecto regional de educación para américa latina y el caribe, 1-160.
- UNESCO. (2014). . MARCO DE ACCION PRIORITARIA.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Reglamento de Elecciones y Referendo Reformado Abril 2017. Machala: Secretaría General.
- Universidad Técnica de Machala. (2017). Resoluciones . Machala: Consejo Universitario.
- Valdez, A. (2015). Elaboración de un manual de procedimiento de Seguridad e Higiene del Trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construcción de obras civiles en la empresa FAGA de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/UPS-GT001284.pdf>.
- Valdez, A. (s.f). Influencia del Rendimiento. Dialnet, II(28), 46.
- Vallaes, F. (. (2003). La etica y moral en las instituciones.
- Van Horne C., J. W. (2010). Fundamentos de Administración Financiera (Decimotercera edición ed.). México, México: Pearson Educacion.
- Vásquez, H., & Dacosta, O. (2007). Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas. Ingeniería Investigación y Tecnología, 249-259.
- Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. C., & Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2, No. 2, 429-349.
- Véliz, J., & Díaz, S. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. Universidad ESAN, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.
- Villacís, M. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Villar, L. (2007). Estado de derecho y Estado social de derecho. Revista Derecho del Estado,, 10(20), 73-96.
- Vinogradoff, L. (05 de 04 de 2014). Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano Leopoldo López. ABC International.
- Vistazo. (2016). La industria de bebidas se fortalece con inversión.
- Viteri Diaz, G. (2006). Education situation in Ecuador. Latin American economy Observatory, 1-24.

Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de latinoamerica. Washington.

Wateryear. (2007). Obtenido de [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007

world bank group. (2006). ¿Qué es RSE?

Yakumuseoagua. (2008). Obtenido de [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008

Zavala Egas, Z. (1999). Corrupción política: El caso del Ecuador. Corrupción política: El caso del Ecuador. Guayaquil.

# Incidencia del Riesgo Empresarial en la provincia de Chimborazo

**César Alfredo Villa Maura**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
cvilla@esPOCH.edu.ec

**Florípes del Rocío Samaniego Erazo**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
f\_samaniego@esPOCH.edu.ec

**Diana Evelyn Vargas Ulloa**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
dvu7@hotmail.com

## Resumen

Entender el riesgo que tiene una empresa, crea la condición de evitar posibles sucesos que compliquen la actividad empresarial en su normal desarrollo. El objetivo del presente estudio es, identificar el nivel de riesgo en las empresas de la provincia de Chimborazo con la aplicación de instrumentos de medición en las unidades administrativas, para gestionar o disminuir las probabilidades de ocurrencia e impactos que se puedan presentar. El estudio es prospectivo, transversal y descriptivo, se caracteriza por utilizar datos que provienen de mediciones in situ, obtenidas con la aplicación de formularios diseñados a partir de los componentes y principios del COSO III. La variable analítica investigada, es el "Riesgo"; los resultados obtenidos, definen que un 93,33% tienen un nivel de riesgo bajo y muy bajo, lo que representa que, las empresas de la provincia de Chimborazo analizadas cuentan con un sistema de control interno, permitiéndoles alcanzar sus objetivos de manera eficiente, eficaz y efectiva.

**Palabras claves:** objetivos, gestión del riesgo, empresa.

## Abstract

Understanding the risk that a company has, creates the condition to avoid possible events that complicate the business activity in its normal development. The objective of the present study is to identify the level of risk in the companies of the province of Chimborazo with the application of measurement instruments in the administrative units to manage or reduce the probability of occurrence and impacts that may arise. The study is prospective, transverse and descriptive, is characterized by using data that come from in situ measurements, obtained with the application of forms designed from the components and principles of COSO III. The analyzed analytical variable is the "Risk"; The results obtained, define that 93.33% have a low and very low level of risk, which means that the companies of the province of Chimborazo analyzed have an internal control system, allowing them to reach their objectives efficiently, Effective and effective.

**Key words:** risk, objectives, risk management, company.

## Introducción

El presente estudio se desarrolló dentro de la línea de investigación de Auditoría y Control, la misma que se encuentra dentro de la línea general de Administración y Economía. El propósito del estudio, es la identificación de los riesgos, las causas que los crean y las fuentes que originan los mismos, así como determinar cómo éstos inciden en el cumplimiento de metas y objetivos planificados por las empresas de la provincia de Chimborazo, objeto de la investigación, en consideración que todas las actividades de una organización implican riesgo; siendo

necesario diseñar, desarrollar e implementar un sistema de gestión que incluyan procesos, estrategias y planificación, presentación de informes, políticas, valores y cultura organizacional que permita mejorar de forma continua.

**Tabla 1. Establecimientos comerciales por sectores económicos de la provincia de Chimborazo**

Sectores economicos	Estado				Total	
	Abierto		Cerrado			
<b>Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</b>	4.311	14,6%	444	30,9%	4.755	15,4%
<b>Explotación de Minas y Canteras</b>	53	0,2%	2	0,1%	55	0,2%
<b>Industrias Manufactureras</b>	2.232	7,6%	61	4,3%	2.293	7,4%
<b>Comercio</b>	10.772	36,6%	452	31,5%	11.224	36,3%
<b>Construcción</b>	887	3,0%	86	6,0%	973	3,1%
<b>Servicios</b>	11.215	38,1%	390	27,2%	11.605	37,6%
<b>TOTAL</b>	29.470	100,0%	1.435	100,0%	30.905	100,0%

**Fuente:** INEC Ecuador - Directorio de Empresas y Establecimientos 2015

En este contexto, un riesgo es aquel evento o condición incierta que, si se produce, tiene un efecto positivo o negativo en los objetivos de un proyecto, de acuerdo a Project Management Institute (2016).

Según International Federation of Accountants (2002), el riesgo, es la posibilidad de que ocurra un acontecimiento que tenga un impacto en el alcance de los objetivos. El riesgo se mide en términos de impacto y probabilidad. Según la norma ISO 31000 (2011): El riesgo es el efecto de la incertidumbre en la consecución de los objetivos.

Si se consideran las definiciones indicadas, la importancia de identificar y analizar los riesgos en la empresa, posibilita generar estrategias que disminuya la probabilidad de que sucedan, por una parte, y por otra que al ser identificados éstos se disminuyan los impactos que podrían eventualmente crearse y generar problemas en el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

La empresa según (Estupiñan, 2006-2015), son personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, lucrativas o no lucrativas, que asumen la iniciativa, decisión, innovación y riesgo para coordinar los factores de la producción en la forma más ventajosa para producir y/o distribuir bienes y/o servicios que satisfagan las necesidades humanas y por ende a la sociedad en general.

The Committee of Sponsoring Organizations of the Tread way. (COSO, 2013). Es una iniciativa conjunta de las cinco organizaciones del sector privado representativas en Estados Unidos en el campo de la contabilidad, las finanzas y la auditoría interna:

- American Accounting Association (AAA) – Asociación de Contadores Públicos Norteamericanos.
- American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) – Instituto Norteamericano de Contadores Públicos Certificados (Contadores CPA que forman parte de empresas de contabilidad que hacen auditorías externas de estados financieros.
- Financial Executive Institute (FEI) – Asociación Internacional de Ejecutivos de Finanzas.
- Institute of Internal Auditors (IIA) – Instituto de Auditores Internos Auditores encargados de la evaluación de los sistemas de control interno en el interior de las organizaciones.

- Institute of Management Accountants (IMA) – Instituto de Contadores Empresariales Contadores que trabajan en empresas).

El modelo de control interno COSO versión 2013, está compuesto por cinco componentes y 17 principios, que están soportados por los atributos que son las características fundamentales de cada principio. El COSO III, ha sido creado en función de un criterio multidimensional, que permite procesar varias combinaciones de vectores de información, en campos definidos y con un acceso inmediato a los datos para su consulta y posterior análisis.

Auditool.(2016), determina la estructura del Marco Integrado de Control Interno COSO III, de la siguiente manera: Dimensión Objetivos.- Toda organización debe establecer objetivos como un requisito previo para un control interno eficaz. Los objetivos proporcionan las metas medibles hacia las que la entidad se mueve al desarrollar sus actividades. Los objetivos están expresados en la visión, misión y estrategias, que pueden estar elaboradas a través de procesos formales como la Planificación Estratégica o de una manera informal dependiendo del tamaño de la organización; para lo cual, debe desarrollarse un diagnóstico estratégico de factores internos y externos, siendo el objetivo controlar y mitigar de manera adecuada los riesgos que afectan a dichos objetivos. Dimensión Componentes.- Permite que sean más fáciles de entender y que la entidad pueda evaluar si el principio está presente y funcionando en su sistema de Control Interno. Ambiente de control. - marca el comportamiento en una organización. Tiene influencia directa en el nivel de concientización del personal respecto al control. Evaluación de riesgos.- mecanismos para identificar y evaluar riesgos para alcanzar los objetivos de trabajo, incluyendo los riesgos particulares asociados con el cambio. Actividades de control.- Acciones, normas y procedimientos, que tienden a asegurar que se cumplan las directrices y políticas de la dirección para afrontar los riesgos identificados. Información y comunicación.- Sistemas que permiten que el personal de la entidad capte e intercambie la información requerida para desarrollar, gestionar y controlar sus operaciones. Supervisión- . Evalúa la calidad del control interno en el tiempo. Es importante para determinar si éste está operando en la forma esperada y si es necesario hacer modificaciones.

La Dimensión Estructura., investiga la estructura de la organización, incluye todos los niveles de la organización: entidad, divisiones, unidades operativas y funciones (internas y externas).

Se ha realizado una amplia consulta en bases de datos científicas como Centro de recursos de Investigación Científica, ProQuest para América Latina, Scientific Electronic Library Online – Scielo, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe - Redalyc, Dialnet, Google Académico así como repositorios de Universidades No se observa estudios significativos sobre Riesgo Empresariales, sin embargo se analiza investigaciones en Control Interno de: Chumpitaz, D. & Gonzales Y. (2015). Caracterización del control interno en la gestión de las empresas comerciales del Perú 2013; Márquez, G. (2011). Modelos contemporáneos de control interno: Fundamentos teóricos; Mejía, R (2005). Autoevaluación del Sistema de Control Interno; Vega de la Cruz, L., Lao y Julbe. (2017). Propuesta de un índice para evaluar la gestión del control interno; Vilorio, N. (2006). Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización.

Concomitante a esto, la identificación del nivel de riesgo en las empresas de la provincia de Chimborazo, se evidencia, a partir de la aplicación de instrumentos de medición del riesgo en las unidades administrativas, para gestionar, administrar o minorar las probabilidades e impactos que se puedan presentar.

## Métodos

El estudio desarrollado es prospectivo, transversal y descriptivo; se caracteriza por utilizar datos que provienen de mediciones obtenidas con la aplicación de formularios diseñados a partir de los componentes y principios del COSO III, la variable analítica a ser investigada es el “Riesgo”. Las unidades de estudio son las empresas de la provincia de Chimborazo de persona natural o jurídica, pública o privada, lucrativa o no lucrativa. Se aplicó un muestreo aleatorio simple, a 15 empresas que tuvieron la predisposición a participar en el estudio, la selección fue al azar he utilizó la encuesta sincrónica como técnica de recolección de datos, en donde todos los evaluados responden al cuestionario hatero administrado. Las encuestas son leídas al evaluado, de esta manera, se evita sesgos al interpretar o no contestar, por no entender. Paralelamente, se exige presentar las evidencias que posibilitaron identificar el grado de cumplimiento o no, y se procede a la calificación, evitando de esta manera, respuestas y valoraciones subjetivas. Se utilizaron instrumentos de medición para valorar el riesgo, las columnas contienen: componente, principio, punto de enfoque, pregunta, nombre y rol del entrevistado, calificación, comentarios, evidencias y observaciones.

**Tabla 2.** Estructura de los instrumentos de medición del riesgo basado en COSO III.

Componente	Principios	Enfoques	Preguntas
<b>Ambiente de control</b>	1. Demuestra compromiso con la integridad y los valores éticos 2. Ejerce responsabilidad de supervisión 3. Establece estructura, autoridad y responsabilidad 4. Compromiso para atraer, desarrollar y retener personal clave 5. Mantiene a los individuos relevantes en el control interno	19	56
<b>Evaluación de riesgos</b>	6. Especifica objetivos relevantes 7. Identifica y evalúa riesgos 8. Gestión del riesgo de fraude 9. Identifica y evalúa cambios importantes	27	42
<b>Actividades de control</b>	10. Selecciona y desarrolla actividades de control 11. Selecciona y desarrolla controles generales sobre tecnología 12. Se implementa a través de políticas y procedimientos	16	50
<b>Información y comunicación</b>	13. Genera información relevante 14. Comunica internamente 15. Comunica externamente	14	68
<b>Supervisión y Monitoreo</b>	16. Realización de evaluaciones continuas e individuales 17. Evalúa y comunica deficiencias	10	31
<b>5</b>		86	246

**Fuente:** Auditools. (2016). principios-de-control-interno-según-coso-iii

Para determinar la valoración, se realiza identificando la probabilidad de ocurrencia del riesgo y el impacto que tendría, dando así el nivel de criticidad del riesgo sin la existencia de controles.

**Tabla 3.** Tabla de valoración de la probabilidad de ocurrencia y el impacto.

Probabilidad de ocurrencia		Impacto	
Escala		Escala	
Alta	5	Muy Significativo	5
Media Alta	4	Alto	4
Media	3	Medio	3
Baja	2	Bajo	2
Muy Baja	1	Insignificante	1

**Fuente:** Pontificia Universidad Javeriana de Colombia (2017). Gestión de Riesgos para la Sostenibilidad Organizacional

Para evaluar el coeficiente Alfa de Cronbach, se seleccionó el promedio de los 17 principios obteniendo el siguiente resultado:

**Tabla 4.** Análisis de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Principios
93,5%	17

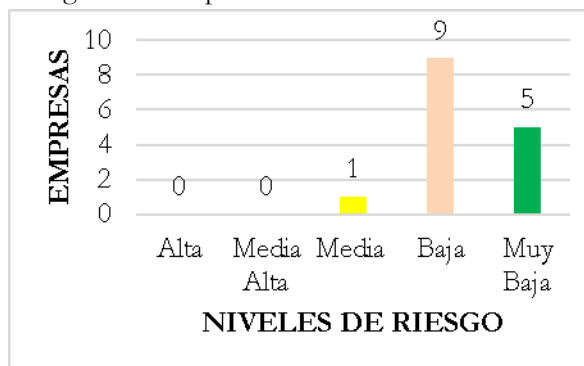
**Fuente:** Investigación.

### Resultados

Los resultados obtenidos, corresponden a la encuesta aplicada al 100% de funcionarios de las unidades administrativas, entre ellas: Planificación, Administrativa, Financiera, Obras Públicas, Desarrollo Económico Local y Social, considerando los registros normativos y de operaciones. Se tabularon las 247 preguntas con sus respectivas evidencias, los 86 enfoques y los 17 principios, agrupados en cinco componentes, así:

**Tabla 5.** Tabla de frecuencias de niveles de riesgo en las empresas de Chimborazo

Nivel de riesgo	Empresas	%
Alta	0	0%
Media Alta	0	0%
Media	1	6,67%
Baja	9	60,00
Muy Baja	5	33,33%
Total	15	



**Fuente:** Investigación

Al aplicar el análisis de correspondencia múltiple, se cuantificaron los datos nominales (categóricos) de los componentes: Ambiente de Control, Evaluación de Riesgo, Actividades de Control, Información y Comunicación, Supervisión y Monitoreo y el Riesgo, mediante la asignación de valores numéricos conforme se queda expuesto en la Tabla No. 3. Como procedimiento de medición, se plantea una secuencia de cálculos de promedios con los instrumentos de medición, tales como: enfoques, principios y componentes hasta obtener el valor final del riesgo como una sola unidad de estudio.



<b>Tabla 6. Resumen de procesamiento de casos</b>	
Casos activos válidos	15
Casos activos con valores perdidos	0
Casos complementarios	0
Total	15
Casos utilizados en análisis	15

**Fuente:** Investigación

La primera salida, indica la cantidad de casos válidos (15).

<b>Tabla 7. Historial de iteraciones</b>			
Número de iteración	Varianza contabilizada para		Pérdidas
	Total	Aumentar	
10 <sup>a</sup>	3,702446	,000003	2,297554
a. El proceso de interacción, se ha detenido porque se ha alcanzado el valor de prueba de convergencia.			

El historial de interacciones, muestran las etapas que fueron necesarias aplicar para llegar a la solución. Se observa que en la etapa 10, se detuvo, dado que el incremento de varianza explicada dejó de ser significativa.

<b>Tabla 8. Resumen del modelo</b>				
Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza contabilizada para		
		Total (autovalor)	Inercia	% de varianza
1	,922	4,309	,718	71,815
2	,812	3,096	,516	51,600
Total		7,405	1,234	
Media	,876 <sup>a</sup>	3,702	,617	61,707
a. La media de alfa de Cronbach se basa en la media de autovalor.				

La tabla de resumen del modelo, permite observar que se crearon dos dimensiones (tal como se señaló). El autovalor da cuenta de la proporción de información del modelo que es explicada por cada dimensión, lo que permite analizar la importancia de cada una de ellas. Así mismo, se puede observar que la primera dimensión, es más importante que la segunda. A su vez, la primera explica mayor inercia (0,718) que la segunda (0,512), lo cual ha sido esperado, puesto que las dimensiones se obtienen mediante un Análisis Factorial, en que, a mayor dependencia entre variables, mayor inercia. Esto quiere decir, que las categorías presentan mayor dispersión de varianza en la dimensión 1, sin embargo las dos dimensiones tienen un valor similar de inercia. El alfa de Cronbach, indica también qué tan correlacionadas están las variables observables que componen las variables latentes, las dimensiones, por lo que ambos valores (alfa de Cronbach e inercia) tienen una relación directa.

Las siguientes tablas muestran las coordenadas de cada una de las categorías en ambas dimensiones, es decir, la posición de las categorías en el eje X e Y., que no sirve solo para conocer la posición, sino, que a su vez, entrega información respecto a cómo se relacionan con cada dimensión: puntajes altos indican que la categoría se asocian a dicha dimensión, puesto que mientras más lejos del punto de origen 0,0 se encuentran, más relación

tiene con una dimensión.

<b>Tabla 9. Ambiente de Control</b>			
Puntos: Coordenadas			
Categoría	Frecuencia	Coordenadas del centroide	
		Dimensión	
		1	2
1	6	1,123	-,019
2	2	-,550	,948
3	7	-,806	-,255
Normalización de principal de variable.			

<b>Tabla 10. Evaluación de Riesgos</b>			
Puntos: Coordenadas			
Categoría	Frecuencia	Coordenadas del centroide	
		Dimensión	
		1	2
1	5	1,331	-,199
2	8	-,597	,570
3	2	-,940	-1,782
Normalización de principal de variable.			

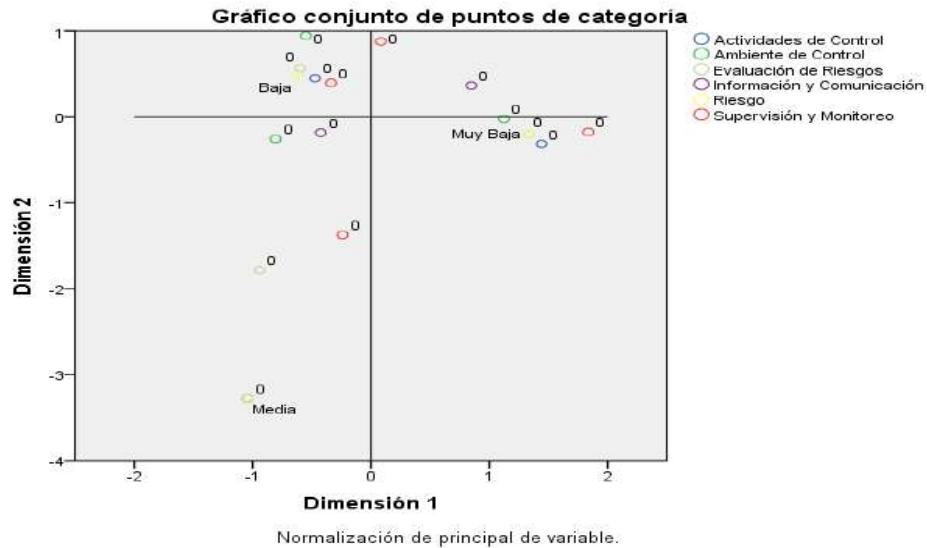
<b>Tabla 11. Actividades de Control</b>			
Puntos: Coordenadas			
Categoría	Frecuencia	Coordenadas del centroide	
		Dimensión	
		1	2
1	4	1,442	-,314
2	10	-,472	,453
3	1	-1,044	-3,275
Normalización de principal de variable.			

<b>Tabla 12. Información y Comunicación</b>			
Puntos: Coordenadas			
Categoría	Frecuencia	Coordenadas del centroide	
		Dimensión	
		1	2
1	5	,848	,366
2	10	-,424	-,183
Normalización de principal de variable.			

<b>Tabla 13. Supervisión y Monitoreo</b>			
Puntos: Coordenadas			
Categoría	Frecuencia	Coordenadas del centroide	
		Dimensión	
		1	2
1	2	1,836	-,174
2	9	-,338	,398
3	3	-,239	-1,372
4	1	,084	,882
Normalización de principal de variable.			

<b>Tabla 14. Riesgo</b>			
Puntos: Coordenadas			
Categoría	Frecuencia	Coordenadas del centroide	
		Dimensión	
		1	2
Muy Baja	5	1,331	-,199
Baja	9	-,624	,475
Media	1	-1,044	-3,275
Normalización de principal de variable.			

En la variable “Riesgo”, se observa que la categoría es “Muy Baja” lo que indica que, tiene una fuerte relación con la dimensión 1, mientras que las otras con el 2.



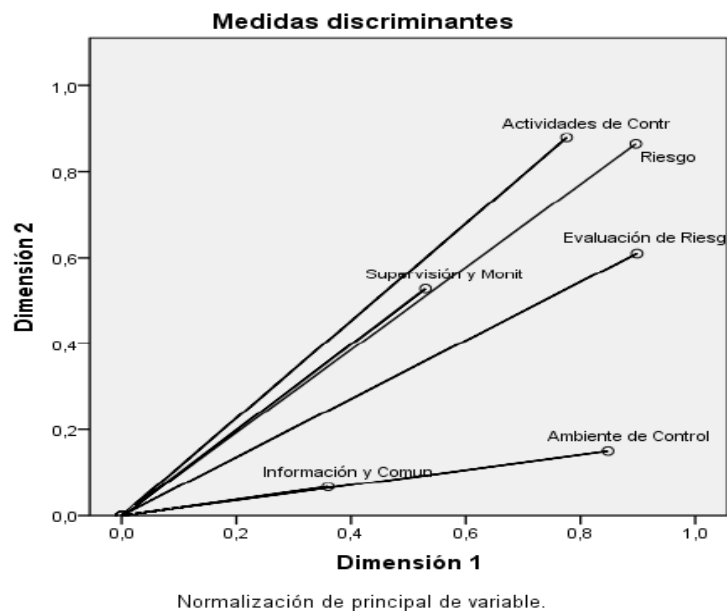
**Figura 1.** Gráfico conjunto de puntos de categorías.

El diagrama conjunto de puntos de categorías, muestran el mapa de correspondencias propiamente dicho, con todas las variables. Para interpretarlo se pueden buscar patrones, grupos de categorías, analizar la cercanía o lejanía con el origen, ver la distribución a lo largo de cada eje (esto tiene sentido especialmente si se comprueba que los ejes son explicativos y con cuáles variables se relacionan más), analizar en qué cuadrante se encuentra cada punto. Es importante recalcar que la interpretación de cada dimensión creada, depende de la capacidad explicativa (inerencia) de cada una Díaz, I. & Garrido, I (2015).

Aquí, se observa que las variables de caracterización Riesgo (Muy Baja y Baja) estructuran el eje Y, y las de nivel de Supervisión y Monitoreo con el X y la concentración alrededor del nivel de riesgo Baja y Muy Baja.

<b>Tabla 15.</b> Medidas discriminantes			
	Dimensión		Media
	1	2	
Ambiente de Control	,848	,150	,499
Evaluación de Riesgos	,899	,610	,754
Actividades de Control	,776	,878	,827
Información y Comunicación	,360	,067	,213
Supervisión y Monitoreo	,530	,527	,529
Riesgo	,897	,864	,880
Total activo	4,309	3,096	3,702
% de varianza	71,815	51,600	61,707

La Tabla No.15, permite ver cuánto se discrimina cada variable en cada dimensión; indican, además, la importancia de cada variable para cada una de las dimensiones. Así, se ve que la dimensión 1 se encuentra explicada principalmente por la Evaluación de Riesgo y Riesgo, y la dimensión 2 por Actividad de Control y Riesgo.



**Figura 2.** Figura de medidas discriminantes

La Figura No. 2, presenta la misma información que la tabla, lo que demuestra, que mientras más lejos del origen está, más explicativa es la variable, y la cercanía con una u otra dimensión, da cuenta de su relación con ésta. Se observa además, que la Supervisión, el Monitoreo y el Riesgo, se relacionan con la dimensión 2.

### Discusión

Autores tales como, Auditools (2016), Barquero (2013), Carvala (2013), Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway (2013), Fonseca (2011), International Federation of Accountants (2002), Isotools (2016), Estupiñan (2015), Viloría (2006), encuentran relación entre el Control Interno y el Riesgo Empresarial, cuando se aplica a las empresas. De manera cualitativa, la investigación demuestra que existe relación entre las dos variables y los componentes de las mismas.

El método de evaluación, es definido por cada empresa, es decir los criterios, principios, enfoques, preguntas y escala de evaluación, sin embargo, en la presente investigación, se han diseñado instrumentos de medición universales, que fueron aplicados, sin discriminar, el tamaño, el sector económico, o el tipo de empresa como pública o privada.

Los resultados obtenidos, determinan que el 93,33%, tiene un nivel de riesgo bajo y muy bajo, lo que representa que, las empresas de la provincia de Chimborazo, tienen implementado un Sistema de Control Interno, permitiéndoles alcanzar sus objetivos, de manera eficiente, eficaz y efectivo. Del modelo de control interno con el modelo COSO III, se observa que los cinco componentes y los 17 principios los variables más discriminantes inciden en el riesgo empresarial a través de las actividades de control y evaluación del riesgo figura No. 2; se observa que las variables de menor intensidad es supervisión y monitoreo, ambiente de control e información y comunicación.

Se evidencia, que no existen estudios similares en las empresas de la provincia de Chimborazo que nos permita una comparación histórica u observar un comportamiento de las mismas. El presente estudio, constituye un punto de partida para determinar las causas que originan los riesgos, siendo necesario diseñar un Modelo de

Gestión de Riesgo que permita disminuir las causas y el impacto que puede producir el riesgo en las empresas en los niveles estratégico y operativo.

### **Conclusiones y recomendaciones**

La investigación propuesta, corrobora el cumplimiento de los objetivos, llegando a las siguientes conclusiones:

El nivel de riesgo en las empresas de la provincia de Chimborazo es de 93,33%, se encuentra en los niveles bajo y muy bajo, siendo la principal causa ,la falta de controles en los componentes de información y comunicación, supervisión y monitoreo, ambiente de control, evaluación del riesgo y actividades de control, por lo que, es necesario el diseño e implementación de un Modelo de Gestión de Riesgo que incluyan procesos mejorados, estrategias y planificación, presentación de informes, políticas, valores como cultura organizacional.

### **Referencias bibliográficas**

- Alonso, J. & Berggrun P. (2015). Introducción al análisis de riesgo financiero. Bogotá. Ecoe Ediciones.
- Aragónés, J. (2000). Valor en riesgo: aplicación a la gestión empresarial. Madrid. Piramide.
- Arias, O. (1999). El Proyecto de Investigación: Guía para su Elaboración. Caracas: Episteme
- Auditools. (2016). principios-de-control-interno-según-coso-iii. Obtenido de: <https://www.auditool.org/blog/control-interno/>
- Barquero, R. (2013). Manual práctico de Control Interno. España: Profit.
- Bermudez, L. & Rodríguez, L. (2013). Investigación en la gestión empresarial. Bogotá D.C. Ecoe Ediciones.
- Carvala, A. (2013). Herramienta integrada de control interno y administración de riesgo. Bogota: Universidad Externado de Colombia.
- Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway. (2013). Marco Integrado de Control Interno COSO III. Obtenido de: <https://www.coso.org/Pages/default.aspx>
- Chumpitaz, D. & Gonzales Y. (2015). In Crescendo. Caracterización del control interno en la gestión de las empresas comerciales del Perú 2013. Recuperado de <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article>.
- Díaz, I. & Garrido, I (2015). Correspondencias Múltiples en SPPS. Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile.
- Fonseca, O. (2011). Control interno para Organizaciones. Lima: Instituto de investigación en Accountability y Control – IICO.
- García, C. (2011). Estadística Descriptiva y Probabilidades para ingenieros. Lima: Macro EIRL
- Garriga, A. (2010). Introducción al análisis de datos. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Córdoba: Brujas.
- González, M & Pérez de Vargas, A. (2010). Estadística aplicada una visión instrumental. Madrid: Díaz de Santos
- Haro, A. Medición y control de Riesgos financieros. México. Limusa.
- Hernández, R. Fernández & Baptista. (2006). Metodología de la investigación. McGraw Hill
- International Federation of Accountants. (2002). NIA 6 Evaluación de Riesgo y Control Interno. Quito: Edi-Ábaco Cía. Ltda.
- ISO 31000 (2011) Gestión del Riesgo. Bogota,D.C. ICONTEC.
- Isotools. (2016). metodologia-coso-iii-gestion-riesgos. Obtenido de: <https://www.isotools.org>
- Estupiñan, R. (2006). Administración o Gestión de Riesgos ERM y la Auditoría Interna. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Estupiñan, R. (2015). Control interno y fraudes. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Márquez, G. (2011). Observatorio Laboral Revista Venezolana. Modelos contemporáneos de control interno:

Fundamentos teóricos. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/2190/219022148007/>

Mejía, R (2005). AD-minister. Autoevaluación del Sistema de Control Interno. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/3223/322327245005/>

Montero, C. (2015) Modelos prácticos de administración de riesgos. ISEF Empresa Lider.

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia (2017) Gestión de Riesgos Para La Sostenibilidad Organizacional.

Project Management Institute (2016). Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos. Newtown Square, Pensilvania

Rodríguez, E. (2005). Metodología de la investigación: la creatividad, el rigor del estudio y la integridad son factores que transforman al estudiante en un profesionalista de éxito. Villahermosa: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Servicio de Rentas Interna. (2017). Contribuyentes activos de Chimborazo. Obtenido de: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Sesé, L. (2013). Cálculo numérico y estadística aplicada. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Vega de la Cruz, L., Lao y Julbe. (2017). Science Direct. Propuesta de un índice para evaluar la gestión del control interno. Recuperado de: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104217300049>.

Viloria, N. (2006). Saber.ula.ve. Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización. Recuperado de <https://www.saber.ula.ve/handle/123456789/17348>.

Villa, C. & Vargas, D. (2017) Investigar. Marco Integrado de Control Interno - COSO III. Vol. III:34

Yuni, J. & Urbano, C. (2006). Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación. Córdoba: Brujas.

# Evaluación de robustez de componentes de modelos de negocios basándose en el concepto de análisis de escenarios

**Edwin Alexander Aguilar Sanchez**

Universidad Técnica de Machala  
eaaguilar\_est@utmachala.edu.ec

**Liana Carola Sánchez Cabrera**

Universidad Técnica de Machala  
lcsanchez@utmachala.edu.ec

**Inés del Tránsito Palomeque Córdova**

Universidad Técnica de Machala  
ip@utmachala.edu.ec

## Resumen

Los modelos de negocios han ido evolucionando como parte de la táctica de las empresas para puntualizar su lógica a un nivel estratégico. Para evaluar la robustez de los modelos de negocios (MN) se considera la estructura del MN, como determinar una serie de pruebas para analizar el impacto que produce en el modelo de negocio y como hacer uso de aquellos efectos para robustecer el modelo de negocio, todo esto debido a que pocas veces se evalúa un MN frente a los violentos cambios tecnológicos y mercantiles. En este artículo, se plantea una prueba de estrés del modelo de negocio fundamentado en concepciones de innovación y planificación de escenarios, permitiendo evaluar los componentes y su interrelación del modelo de negocio, las perspectivas de estas pruebas sugiere maneras de mejorar la robustez del MN. El enfoque general de las pruebas planteadas en este artículo es muy útil para aquellas empresas que están en una etapa de decisión para adoptar un modelo de negocio, es decir una etapa de experimentación. El artículo hace una contribución al área de investigación empresarial permitiendo utilizar herramientas para evaluar el modelo de negocios de las empresas ante futuras fluctuaciones.

**Palabras claves:** modelo, negocio, análisis, escenarios, evaluación.

## Abstract

Business models have evolved as part of the tactics of companies to punctuate their logic at a strategic level. To verify the robustness of business models (BM), the BM structure is taken into account, as a series of tests to analyze the impact they produce in the business model, and how to use other elements to strengthen the model of Business, the whole process by which a BM is seldom evaluated against the violent technological and commercial changes. In this article, we present a stress test of the business model based on innovation conceptions and scenario planning, allowing us to evaluate the components and their interrelationship of the business model. In addition, the perspectives of these tests suggest ways of improving the Robustness of BM. The general approach of the tests presented in this article is very useful for companies that are in a decision stage to adopt a business model, ie a stage of experimentation. The article has a contribution to the area of business research allowing the use of tools to evaluate the business model of companies in the face of future fluctuations.

**Keywords:** Model, business, analysis, scenarios, evaluation.

## Introducción

Los mercados para poder enfrentar los bruscos cambios del entorno competitivo empresarial requieren ser partícipes del Business Model Innovation (BMI) (George, 2011).

La demanda de clientes y la actitud de los competidores son aspectos que evolucionan y cambian muy rápido en empresas en el que su modelo de negocio está orientado a la tecnología tales como las telecomunicaciones, virtualización 3D, robótica, etc. (Ghezzi, Cortimiglia, & Frank, 2015). Estos tipos de mercados deben orientarse a un BMI mucho más enérgico y sólido a las perplejidades del ambiente de la empresa.

Conceptualizamos un MN como "una representación de cómo una empresa tiene el objetivo de crear y capturar valor con sus productos y servicios" (Bouwman, Faber, Haaker, Kijl, & De Reuver, 2008). La escasez de información sobre el diseño de MNs robustos es muy alta, existen publicaciones donde se centran en estudios sobre los procesos de BMI (Wirtz, 2016), y como el desempeño de las empresas se ve afectado con el impacto de los MN (Claus & Wirtz, 2016).

La literatura existente nos provee de un método general para apreciar la robustez de los MN contra futuras fluctuaciones. La planificación de escenarios es un método que se ha estado utilizando para evaluar los MN en la planificación estratégica (Heijden & Wiley, 2005) Existen muchos casos en la que este tipo de métodos de escenarios ha ayudado adoptar MN a las empresas ante escenarios específicos futuros evaluando el crecimiento industrial y competitivo en mercados tales como el Internet y las telecomunicaciones (Killström, Galli, Haaker, Immonen, Pitkänen, & Kijl, 2007).

La robustez es muy sustancial en el ambiente empresarial debido a los cambios rápidos e impredecibles de las tecnologías. La robustez se define en muchas literaturas como la capacidad de un MN para continuar siendo viable en un entorno empresarial cambiante. La prueba de estrés de un MN, ofrece un escenario visual para analizar la robustez de un MN en un determinado punto en el futuro, en este artículo se desarrolla una visión para evaluar aquella robustez en uno o varios entornos de negocios.

Se desarrolla un enfoque en 6 o 7 pasos basadas en la idea de los autores (Haakera, T; Bouwmanb, H; Janssenb, W), utilizando un ejemplo de caso de estudio en el que se provee de una plataforma para comprender como un MN se ve afectado por ciertos componentes externos específicos y como rediseñarse ante futuras fluctuaciones. Un panorama amplio entre un MN y un ambiente empresarial es muy útil para los investigadores en una fase de experimentación de un MN (Casadesus-Masanell & Ricart, 2010).

## Marco Teórico

Diseño de modelos de negocios: El término Modelo de Negocios es usado en todo el mundo mercantil incluyendo a los gobiernos y religiones (Lindgren & Rasmussen, 2013). Generalmente, el término MN describe un estándar que simboliza la lógica de una organización para crear, distribuir y capturar valor para sus grupos de interés (Bouwman, DeVos, & Haaker, 2008). Un MN puede desempeñar como un comunicador que permite la participación dentro y entre las organizaciones (Mäkelä & Lehtonen, 2010). El diseño de un modelo de negocio abarca el punto muerto entre componentes de diseño como el cliente, propuesta de oferta, método de generar ingresos, es decir varias opciones de diseño con respecto a los conceptos antes citados. Existe un gran número de ontologías publicadas tales como el Modelo de Negocios Navigator (Gassmann, Frankenberger, & Csik, 2015), Modelo de Negocio Canvas (Osterwalder, 2004), Modelo de Negocio Cuba (Lindgren & Rasmussen, 2013), Modelo de negocio STOF (Bouwman, Faber, & Spek, Connecting future scenarios to



business models of insurance intermediaries, 2005). En este artículo aplicaremos el Modelo de Negocio Canvas por ser el más práctico.

Innovación de modelos de negocios: La innovación es la clave del desempeño y rendimiento de las empresas como ventaja competitiva y creación de empleo (Amit & Zott, 2013). La Innovación de modelos de negocios (IMN) pretende reformar MNs para ofrecer una nueva forma de modelo y de valor. El IMN abarca cambios en múltiples componente de un MN focalmente, pudiendo ser nuevos para la empresa pero no para el mundo debido que estas modificaciones se las realiza en la práctica de la empresa. Algunos de estos componentes involucran la agrupación de servicios y la experimentación de nuevos MNs.

Los estudios se han estado enfocando en las grandes organizaciones, pero las pequeñas y medianas empresas (PyMES), están siendo conscientes de adquirir un IMN (Frick & Ali, 2013).

Evaluación de modelos de negocios: Adoptar un MN o Innovarlo es muy importante para dejarse a la suerte por esa razón es lógico realizar una evaluación de las oportunidades que brinda el MN a la organización. El triunfo de un MN se sujeta a conceptos de viabilidad, factibilidad y robustez (De Vos & Haaker, 2008). Un MN es factible cuando se cuenta con los recursos adecuados tales como la tecnología, el recurso humano y el capital. (Osterwalder & Pigneur, 2010) evalúan la viabilidad a través de listas de comprobación con preguntas para evaluar las fortalezas, debilidades y oportunidades de cada elemento de un MN.

Planificación de escenarios: La planificación de escenarios o análisis de escenarios entre sus variados propósitos es el de utilizarlo para mejorar la toma de decisiones (Steiner, 1969). Los escenarios futuros son posibles estados de como la organización se visualiza en un punto o rango futuro del tiempo basándose en aspectos relativos o relevantes. Todos los escenarios deben cumplir características tales como ser coherentes, estimables y retadores. Cuando se hace uso de más de un escenario, cada uno de estos debe ser claramente caracterizado (Van der Heijden, 2005). Los escenarios para las planificaciones deben tener tendencias ciertas para obtener un resultado cercado tales como el envejecimiento de la población u otras incertidumbres.

### **Prueba de Robustez del Modelo de Negocio**

Este artículo pretende analizar los componentes de los escenarios futuros de un modelo de negocio, demostrando por que ciertos MN presentan problemas en los entornos futuros logrando una mejor decisión para hacer un MN más robusto. En la práctica el MN es puesto a una prueba de estrés siendo las inseguridades, tendencias y problemas aspectos de estrés. La propuesta realiza un diagrama de colores con filas y columnas, siendo las filas los componentes de un MN y las columnas las tendencias e incertidumbres. Este diagrama puede realizar en cualquier herramienta que permita la utilización de editores de textos, pero en este caso utilizaremos la herramienta Excel del paquete de Microsoft Office 2010, el cual es de paga, pero se pueden utilizar paquetes OpenSource el cual no afectaría el resultado.

El enfoque se basa en 7 partes, vea la Figura 1.



Figura 16. Prueba de estrés en 7 pasos del MN

Autores: Elaboración propia

Año: 2017 – Fuente: Haakera, T.

### Describir el Modelo de Negocio

La descripción del modelo de negocio de una manera estructurada es el primer paso, se debe elegir una MN específico, claramente definido el cual puede ser de cualquier ontología como las descritas en puntos anteriores tales como STOF, VISOR o CUBE. Existen casos en que el MN ya está descrito, en otros aún debe mejorarse o explicitarse, en cualquiera de los casos la prueba de estrés es más efectivo cuando la propuesta es bien definida

### Identificar y seleccionar factores de estrés

La validez de una prueba de estrés de un MN depende de que tan cualificados sean los factores de entrada. La selección de estos puntos necesita tiempo, esfuerzo y habilidad, además pueden llegar a ser un desafío. La elección de factores influirá en todos los demás puntos de la prueba de estrés. En esta sección escogemos las tendencias, las incertidumbres que se consideren que provocan un mayor impacto en el MN y los resultados que se manipularán como factores de estrés, las mismas que pueden provenir de escenarios ya existentes o de métodos específicos de las partes interesadas, tales como lluvias de ideas o diagramas. La práctica en la realización de pruebas de estrés ha confirmado que los problemas en un determinado tema dependen de varios factores de estrés.

### Mapear el MN a los factores de estrés

En este paso intermedio, determinamos qué factores de estrés (tendencias, incertidumbres) se enfrentan o relacionan a los componentes MN., en algunas ocasiones pueden existir casualidades directas o indirectas. Por ejemplo para el “uso de datos personales de clientes”, un factor de estrés sería “tecnologías que mejoran la

privacidad”, casos como este tipo de combinaciones se deben agregar únicamente a la prueba de estrés, donde los responsables del MN debatirán el grado de impacto que el factor produce al componente del modelo, determinando la viabilidad y las respectivas acciones de mejora.

### **Mapa de Color**

En este punto se evalúa los factores de estrés que afectan a los componentes del MN. El Mapa de Color se realiza en forma de matriz siendo los componentes del MN colocados verticalmente y los resultados sobre las incertidumbres colocados horizontalmente. El color nos indica el impacto de un factor de estrés específico en un componente MN:

- Marrón: No es factible.
- Amarillo: No es viable. El factor de estrés requiere revisar las elecciones con respecto al componente.
- Celeste: Afecta la factibilidad o viabilidad del componente MN, pero no de forma negativa.
- Gris: No afecta de ningún modo al componente MN.

Calcular el impacto de los factores de estrés en los componentes del MN no es tarea fácil. Establecer el impacto y elegir los colores resulta muy complicado entre los responsables de la prueba de estrés. Los responsables generalmente no están de acuerdo en que los impactos sean positivos o negativos. Por esa razón, la fiabilidad de los resultados de las pruebas de esfuerzo depende de la capacidad de los responsables, de la claridad del MN y de la elección de escenarios.

### **Análisis de los resultados**

El Mapa de Color nos permite observar qué componentes de MN no son robustos. El análisis se basa en 2 partes.

1. Análisis de vistas. Las vistas sobre el Mapa de Color ayudan a enfocarse en áreas con problemas del MN y descubrir por qué hay partes en el MN más robustas que otras. Por ejemplo, una vista puede contener un componente sobre todos los factores de estrés, lo que indica la robustez general de ese componente. Sucesivamente, una vista puede contener un resultado de factor de estrés sobre todos los componentes, para demostrar cual es el factor de estrés que tiene el mayor impacto ya sea positivo o negativo.
2. Análisis de patrones. El mapa de color muestra patrones de coloración que señalan a:
  - Resultados específicos sobre los factores de estrés: Muestran sólidamente si un resultado es favorable o desfavorable para varios componentes del MN.
  - Incompatibilidad potencial entre las opciones del MN: Las opciones sobre uno o más componentes de MN son favorables a la incertidumbre, mientras que otras incertidumbres favorecen positivamente a otros componentes. Cualquiera de los casos los componentes armonizados de MN no son factibles.
  - Incompatibilidad en cualquier ambiente futuro: Un componente MN no es viable en cualquiera de los resultados en un factor de estrés. El efecto "doble marrón" señala un problema serio en el MN que necesita ser analizado y reparado.

### **Formular mejoras y acciones**

En este paso se definen las recomendaciones y conclusiones, las cuales se basan en mejorar los componentes más débiles. Las pruebas de estrés muestran el impacto que una práctica o tendencia produce en un MN pero no la probabilidad que tal escenario ocurra. Como recomendación es importante que después de una prueba se analice el mejor y peor caso para verificar si aquel escenario puede llegar a ser realista, y de ser así en caso de que un escenario negativo llegase a tener una probabilidad de ocurrir es necesario volver a examinar el MN.

### **Aplicación del Método de Prueba de Estrés**

Para la aplicación del método, un equipo de personas altamente relacionadas con el modelado del negocio es fundamental además de un perito que ayude a evitar los errores en el análisis de los componentes. El responsable guía la prueba, atiende las discusiones, registra los acontecimientos y nos lleva hacia los resultados. Además un observador puede acompañar los acontecimientos registrando las conclusiones físicas o en video y su graficación en hojas de cálculo. La interpretación final de los resultados es una fuente relevante de información para obtener las conclusiones.

Para la prueba de estrés es conveniente fijar los roles de los responsable para determinar quién es el responsable general de llevar a cabo la prueba, quien provee la información sobre los factores de estrés y quien utilizara la información de la prueba para modificar el modelo de negocio. Existen 3 tipos de responsables en el proceso.

Primero la gerencia junto al equipo de trabajo quienes son los fundadores de la idea del negocio deberán otorgar una descripción del modelo de negocio muy clara para la correcta comprensión en todos los ámbitos despejando cualquier incertidumbre. En segundo lugar, los factores de estrés son entradas que pueden darse de información externa, como expertos o incluso la industria, pero en colaboración con el equipo de trabajo que está llevando el caso. En tercer lugar, el responsable de llevar a cabo la prueba debe informarse en pleno del enfoque a adoptar de la prueba para ayudar a describir el modelo y selección los factores de estrés. El papel del observador o facilitador guía la realización del mapa de color e interpreta los resultados. La gerencia junto con el equipo de trabajo es quien utilizara los resultados obtenidos para modificar el modelo de negocio.

### **Ilustración de un ejemplo con un caso práctico**

#### **Ilustración del caso**

El caso práctico se basa en el Ing. José Cruz Rojas quien es un intermediario que representa a los consumidores en transacciones de contratos con varias compañías de seguros, para el asesoramiento en adquisición de servicios que se adecuen para cada cliente. José labora en la mayoría de ciudades del Ecuador, su ejercicio de servicios consta de:

- Asesoría en base a las necesidades individuales del consumidor.
- Gestión de la documentación y productos con las aseguradoras con las que establece el contrato.

#### **Prueba de Estrés**

Los intermediarios como José hacen frente a problemas y desafíos relacionados con el mercado y la tecnología que pueden llegar hacer que su MN sea vulnerable al entorno. Por ejemplo el estatuto está presionando a los intermediarios a ser sinceros con los precios establecidos, mientras que las tecnologías digitales y los sistemas de seguridad vehiculares podrían dejarlo fuera del mercado. Para reconocer claramente los componentes vulnerables del MN de José, efectuaremos una prueba de estrés.

#### **Descripción**

José propone a las familias uno o varios seguros que le permitan estar tranquilos y asegurados con sus bienes, tales como seguros vehiculares, de hogar, de vida y atender todo tipo de reclamaciones por parte de los clientes. El asesoramiento personal a los clientes es parte del día a día de José, y este contacto se lo realiza personalmente en una oficina o en una visita a casa, y las tecnologías digitales están tomando el control de este tipo de asesoramiento. Los costos en RRHH abarcan el 80%, infraestructura, tecnologías de información, servicio de oficina y publicidad.

<b>Actividades Claves</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Asesoramiento</li> <li>•Venta de Seguros</li> <li>•Atencion de quejas</li> </ul>	<b>Recursos Claves</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Conocimiento</li> <li>•Personas</li> <li>•CRM</li> </ul>	<b>Valores y Servicios</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Buen seguro</li> <li>•Tranquilida del cliente</li> <li>•Consejeria</li> <li>•Venta de Seguro</li> <li>•Procesar las quejas.</li> </ul>	<b>Canales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Asesoria</li> <li>•Internet</li> </ul>	<b>Estructura de Costos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•RRHH</li> <li>•Oficinas</li> <li>•Servicios Tecnológicos</li> <li>•Marketing</li> </ul>
<b>Actividades Claves</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Asesoramiento</li> <li>•Venta de Seguros</li> <li>•Atencion de quejas</li> </ul>	<b>Recursos Claves</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Conocimiento</li> <li>•Personas</li> <li>•CRM</li> </ul>	<b>Valores y Servicios</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Buen seguro</li> <li>•Tranquilida del cliente</li> <li>•Consejeria</li> <li>•Venta de Seguro</li> <li>•Procesar las quejas.</li> </ul>	<b>Canales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Asesoria</li> <li>•Internet</li> </ul>	<b>Estructura de Costos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•RRHH</li> <li>•Oficinas</li> <li>•Servicios Tecnológicos</li> <li>•Marketing</li> </ul>

**Figura 17.**Componentes del modelo de Negocio de José

**Autores:** Elaboración propia

Año: 2017 – Fuente: Haakera, T.

### Identificar y seleccionar factores de estrés

En este paso escogeremos tendencias e incertidumbres más significativas, por lo cual, para el modelo de negocio de José se seleccionan las 4 más significativas desde varias perspectivas:

- Prohibición de las remuneraciones por comisiones.
- Algunas empresas prohíben las comisiones de ciertos productos o servicios, viéndose afectada la economía de los intermediarios.
- Disponibilidad de fluctuaciones y adopción de tecnología.
- La tecnología está permitiendo la interacción directa entre máquina y hombre, utilizando inteligencia artificial o agentes cognitivos logrando una emulación efectiva con el ser humano, ocupando ya cada vez menos a al personal intermediario.

### Interés directo en seguros

Los clientes jóvenes tienen una visión más amplia de la tecnología, investigación y ahorro, por lo que prefieren buscar rápidamente en internet direcciones y propuestas de aseguradoras, así como experiencias con otros clientes y contactarse directamente con ellas.

### Alcance del cuidado

Los intermediarios reciben comisiones cuando el cliente acepta comprar un servicio o producto al inicio del contrato, luego de eso cualquier seguimiento al cliente produce gastos, por lo que las empresas están induciendo a que se mantenga un seguimiento de cuidado al cliente durante todo el proceso de su seguro.

**Tabla 18.** Resumen de Incertidumbres (factores de estrés) para el MN de José

<b>Aspectos</b>
-----------------

	<b>Legal</b>	<b>Tecnológico</b>	<b>Social</b>	<b>Político</b>
<b>Incertidumbre</b>	Prohibición de remuneración por comisiones	Disponibilidad de fluctuaciones y adopción de tecnología	Interés directo en seguros	Alcance del cuidado
<b>Efecto</b>	Prohibición de comisiones de productos complejos únicamente	Inteligencia artificial o Agentes cognitivos	Bajo Interés en intermediarios	Cuidado limitado
<b>Resultado</b>	Prohibición de comisiones para todos los productos	Agente humano	Creciente interés en intermediarios	Cuidado estricto

**Autores:** Elaboración propia.  
Año: 2017 – Fuente: Haakera, T.

### Mapear Modelo de negocio a los factores de estrés

En este punto trazamos los componentes del modelo de negocio con las incertidumbres.

**Figura 3.** Trazado de componentes e incertidumbres del MN

<b>Incertidumbres</b>	<b>Componente</b>
<b>Prohibición de remuneración por comisiones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Socios claves</li> <li>✓ Estructura de Ingreso</li> <li>✓ Estructura de costos</li> <li>✓ Valores y Servicios</li> <li>✓ Línea de clientes</li> </ul>
<b>Disponibilidad de fluctuaciones y adopción de tecnología</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recursos claves</li> <li>✓ Estructura de costos</li> <li>✓ Actividades claves</li> <li>✓ Relación con los clientes</li> </ul>
<b>Interés directo en seguros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Valores y Servicios</li> <li>✓ Línea de clientes</li> <li>✓ Canales</li> </ul>
<b>Alcance del cuidado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Relación con los clientes</li> <li>✓ Valores y Servicios</li> <li>✓ Actividades Claves</li> </ul>

**Autores:** Elaboración propia Año: 2017 – Fuente: Haakera, T.

Mapa de Color

En este punto se procede a realizar el mapa de colores para reconocer los impactos que producen las incertidumbres sobre los componentes del modelo de negocio de José, la primera fila representa a las incertidumbres del modelado estructurados en la Tabla1, mientras que la primera columna representa a los componentes.

**Figura 4.** Mapa de Color para prueba de robustez

	Prohibición de Comisiones		Adopción de tecnología		Interés directo en seguros		Alcance del cuidado	
	Productos Complejos únicamente	Todos los productos	Inteligencia Artificial o Agentes dedicados	Agentes Convencionales	Limitante	Creciente	Limitante	Riguroso
Línea de Clientes	Amarelo	Amarelo	Grigio	Amarelo	Azul	Amarelo	Grigio	Grigio
Relación con Clientes	Amarelo	Marrón	Azul	Amarelo	Azul	Amarelo	Grigio	Azul
Canales	Grigio	Amarelo	Azul	Marrón	Amarelo	Amarelo	Amarelo	Amarelo
Valores y Servicios	Amarelo	Azul	Amarelo	Azul	Amarelo	Marrón	Azul	Azul
Actividades Claves	Grigio	Grigio	Azul	Amarelo	Azul	Amarelo	Amarelo	Amarelo
Recursos Claves	Grigio	Grigio	Azul	Amarelo	Amarelo	Marrón	Amarelo	Amarelo
Socios Claves	Amarelo	Marrón	Grigio	Amarelo	Grigio	Grigio	Grigio	Grigio
Estructura de Costos	Grigio	Grigio	Amarelo	Azul	Amarelo	Amarelo	Azul	Marrón
Estructura de Ingresos	Marrón	Marrón	Grigio	Grigio	Azul	Marrón	Grigio	Grigio

**Autores:** Elaboración propia  
**Año:** 2017 – **Fuente:** Haakera, T.

### **Análisis de Resultados**

Este punto se compone de análisis en vistas de componentes como primera parte y factores de estrés como segunda parte. Esto permite descomponer el mapa de color en secciones para análisis específicos cuando un mapa es demasiado amplio para su estudio. En este caso lo analizaremos de manera general debido a sus cortos escenarios.

Analizando el mapa de color podemos denotar la robustez del modelo. Enfocándonos en el componente “Estructura de Ingresos”, muestra varias secciones marrones a comparación de los demás componentes (3-1 en relación), lo que indica que en los variados escenarios futuros el modelo no es viable, por lo que José debería empezar adoptar modelos alternos.

“Actividades Claves” es otro componente que muestra secciones amarillas, lo que indica que José debe irse adaptando a la evolución de los acontecimientos, considerando ciertos cambios que le permitan lograrlo. El

monitoreo del cliente y la capacitación sobre la mejor manera de cuidar los productos son un claro ejemplo para mantener viable estas obligaciones.

Para la segunda parte del análisis de vistas en factores de estrés se realiza el mismo proceso que con los componentes, por ejemplo si analizamos el mapa de color en la sección de Prohibición de Comisiones – todos los productos, podemos notar que el modelo apenas se puede sostener por sus múltiples colores marrones y amarillos. La inteligencia artificial y los agentes junto con el Interés limitado en los seguros, poseen varias secciones de color celeste, lo que indica que el modelo es más sólido en estas secciones.

### **Formular mejoras y Acciones**

El mapa de color dio un claro resultado, demostrando que la sección más amenazada de José en su modelo es el de las comisiones. Por lo que José debe rediseñar su modelo de precios por ejemplo cobrando por hora de asesoramiento y no por tipo de seguro.

Proporcionar una confianza y cuidado económica del cliente, es un aspecto de donde se puede obtener ventajas. José no necesita estar en contacto cara a cara con el cliente para velar por este aspecto. La tecnología ha ayudado a mejorar esta temática por lo que adoptar una herramienta para el contacto en cualquier momento con el cliente, mejorara los lazos de amistad, confianza y reducción de costes.

El caso planteado solo analizo ciertos aspectos y otorgo solamente algunos análisis de resultados. Para un caso grande se necesita agregar vistas para mapear un solo resultado obtenido en el mapa de estrés, en la representación general de los componentes. Realizar vistas por separados y mapearlas una a una, es una gran ayuda para la mejor comprensión del modelo de negocios.

### **Conclusiones**

El mapa de color realizado en este artículo señala las fortalezas y debilidades del modelo de negocio proporcionando caminos para solidificar la robustez del modelado en diferentes escenarios futuros. El enfoque ontológico planteado junto al mapa de color puede ser sencillamente adaptado para pruebas en ontologías alternas. Como se mencionó en algunos puntos de este artículo, el aporte claro y estructurado de la descripción del modelo de negocio, junto con tendencias e incertidumbres es un requisito importante para la eficacia de la prueba de estrés. Estas pruebas resultan muy útiles para las empresas que aún tienen MN alternativos para adoptar o aun sin implementar.

### **Referencias bibliográficas**

- Amit, R., & Zott, C. (2013). Creating value through business model innovation. *Sloan Management Review*, 53.
- Bouwman, DeVos, & Haaker. (2008). Mobile service innovation and business models.
- Bouwman, Faber, & Spek, V. (2005). Connecting future scenarios to business models of insurance intermediaries.
- Bouwman, H., Faber, E., Haaker, T., Kijl, B., & De Reuver, M. (2008). Conceptualizing the STOF Model. In H. Bouwman, H. De Vos, & T. Haaker (Eds.), *Mobile Service Innovation and business models*. 31–70.
- Casadesus-Masanell, R., & Ricart, J. (2010). From strategy to business models and onto tactics. *Long Range Planning*, 195–215.
- Claus, T., & Wirtz. (2016). Measuring business model innovation: Conceptualization, scale development, and proof of performance. *R & D Management*.
- De Vos, H., & Haaker, T. (2008). The STOF method *Mobile Service Innovation and business models*.



- Frick, J., & Ali, M. (2013). Business Model Canvas as tool for SME.
- Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2015). The business model navigator: 55 models that will revolutionise your business. Upper Saddle River, NJ: FT Press.
- George, G. &. (2011). The business model in practice and its implications for entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 35(1), 83–111.
- Ghezzi, A., Cortimiglia, M. N., & Frank, A. G. (2015). Strategy and business model design in dynamic telecommunications industries: A study on Italian mobile network operators. *Technological Forecasting and Social Change*, 346–354.
- Heijden, V. d., & Wiley, J. (2005). *The art of strategic conversation*(2nd ed.).
- Killström, U., Galli, L., Haaker, T., Immonen, O., Pitkänen, O., & Kijl, B. (2007). Business models for new mobile applications and services. In M. Klemettinen (Ed.), *Enabling*.
- Lindgren, P., & Rasmussen, O. (2013). The Business Model Cube. *Journal of Multi Business Model Innovation and Technology*. 135–182.
- Mäkelä, O., & Lehtonen, M. (2010). Business model as a strategic development tool in internationalisation. *Proceedings of the 20th International RESER Conference*.
- Osterwalder, A. (2004). *The business model ontology – A proposition in a design science approach*. Lausanne.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation* John Wiley Sons, Inc.
- Steiner, G. (1969). *Top management planning*. London, UK: Macmillan.
- Van der Heijden, K. (2005). *Scenarios: The art of strategic conversation*(2nd ed.). New York, NY: John Wiley & Sons Ltd.
- Wirtz, B. (2016). *Business model management: Design process instruments*(2nd ed.).



# CAPÍTULO XII

## LAS PYME

ARTE

# Incidencia del emprendimiento microempresarial en el desarrollo económico del Sitio San Andrés del Cantón Chone, desde agosto a noviembre del 2014

**Susy Toala Mendoza**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
susy.toala@uleam.edu.ec

**Karen Mendoza Garcia**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
karen.mendoza@uleam.edu.ec

**Arturo Àlava Intriago**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
arturo.alava@uleam.edu.ec

## Resumen

El emprendimiento microempresarial en el sitio San Andrés del Cantón Chone desde agosto a noviembre del 2014, relativamente influye en el área financiera de su población, el objetivo de esta investigación es la de determinar su incidencia económica, y proporcionar resultados relevantes sobre el emprendimiento en los habitantes del Sitio San Andrés del Cantón Chone. Para cumplir con los objetivos propuestos se utilizó la investigación de campo y documental tomando como referencias bibliográficas, webgrafía y encuestas que fueron aplicadas a los moradores del Sitio San Andrés; lo que permitió obtener información necesaria para conocer que para emprender y crear una microempresa se tiene que conocer el negocio que se va a emprender y tener el deseo y ganas de crear nuevos negocios que ayuden a mejorar la economía local y nacional.

**Palabras claves:** emprendimiento, empresas, economía, negocio, microempresarial

## Abstract

Microenterprise entrepreneurship in the San Andrés de el Canton Chone site from August to November 2014, relatively influences in the financial area of its population, the objective of this research is the determine its economic impact, and provide relevant search results on entrepreneurship in the inhabitants of the site San Andrés from the Canton Chone. To comply with the proposed objectives are used research field and documentary taking as references, webgraph, and surveys that were applied to the inhabitants of the San Andrés site; which allowed to obtain information needed to know that to undertake and to create a micro-enterprise is to know the business that is going to take and have the desire and willingness to create new businesses that help improve the local and national economy.

**Keywords:** entrepreneurship, business, economy, business, microenterprise.

## Introducción

La presente investigación se relaciona con la incidencia del emprendimiento microempresarial en el desarrollo económico del Sitio San Andrés del cantón Chone, desde agosto a noviembre del 2014, el mismo que buscó proporcionar información relevante sobre el emprendimiento a los habitantes del Sitio San Andrés, para lo cual se aplicaron los procedimientos necesarios para detectar las razones que influyen para que las microempresas se desarrollen, y así obtener evidencias para presentar las diferentes recomendaciones y conclusiones que ayudarán al cumplimiento de los objetivos y metas propuestas.

El estudio del emprendimiento microempresarial en el sitio San Andrés propone ayudar a sus habitantes, para que obtengan conocimientos de cómo mejorar sus negocios y detectar cuáles son los problemas que estos presentan limitando su crecimiento, para ellos saber cómo emprender es de gran importancia para el sustento de sus familias favoreciendo mucho a la colectividad.

Por esta razón surge la necesidad que se apliquen estrategias de emprendimiento consiguiendo que los habitantes del sitio obtengan su propia fuente de ingreso, permitiendo a todos los negocios mantener la innovación permanente dando a sus microempresas la adecuada contribución al desarrollo individual y de la comunidad en general.

El tema del emprendimiento microempresarial para el desarrollo económico del Sitio San Andrés es representativo para sus habitantes, siempre va a ser necesario el estudio de problemas a los que se puedan dar soluciones de forma efectiva ayudando no solo a una comunidad sino a un cantón y a un país.

Al analizar las sociedades de hoy, se podría decir según Chiavenato (2009) que su desarrollo se debe a que las personas al agruparse con deseos de mejorar su condición económica y social, han implementado el fenómeno del emprendimiento empresarial con diversas características de motivaciones laborales de afiliación, logro y poder, esto como directrices para conseguir un desempeño eficaz dentro de sus empresas y contribuir con su crecimiento.

Estudiar las empresas como centros de desarrollo del emprendimiento exige el análisis de las características de los empresarios como emprendedores y sus diversas perspectivas de estudio, para comprender de manera detallada las diversas contribuciones para la interpretación del emprendimiento como fenómeno socioeconómico, básico para el desarrollo de cualquier sociedad.

En el planeta aún existen barreras que frenan la oportunidad laboral, en las cuales se generan situaciones que evidencian que acceder y permanecer en este campo, las oportunidades no son las mismas para varios sectores de la sociedad, en especial para mujeres y personas con discapacidades, en el seno de ASLE (Agrupación de Sociedades Laborales de Euskadi) en la actualidad las oportunidades laborales son continuas a pesar de la crisis mundial hace años atrás, y vienen dada con la problemática en la que se enfrentan cada día la población.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

- Determinar la incidencia del emprendimiento microempresarial en el desarrollo económico del sitio san Andrés del cantón Chone, desde agosto a noviembre del 2014.

### **Objetivos Específicos**

- Estudiar la importancia del emprendimiento microempresarial
- Conocer las políticas que se aplican en el emprendimiento microempresarial.
- Identificar los factores que afectan el desarrollo microempresarial.
- Explicar las competencias que debe tener un empresario para alcanzar el desarrollo económico.
- Proponer estrategias de emprendimiento para mejorar el desarrollo económico.

## **Emprendimiento Microempresarial**

El emprendimiento es un término muy utilizado en todo el mundo. Aunque siempre ha estado presente a lo

largo de la historia de la humanidad, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

El emprendimiento es aquella conducta y buena manera de la persona que le hace posible aventurarse a competir con nuevas ideas; es lo que le permite escalar, conseguir su finalidad. Emprender crea descontento con lo obtenido que, como resultado, la persona aspira logros superiores.

### **Importancia Del Emprendimiento**

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

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aún sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

En muchos países (Casi todos los países Latinoamericanos), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de nuestras economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.

Segùn (Maximiano, 2008) indica que:

“Al caminar por la ciudad, muchas personas solo ven multitudes, fachadas y anuncios, mientras que un emprendedor percibe todo lo que hay detrás de ello: flujo de personas, ventas, movimiento de bienes, franjas erratas y tipos de comercio, entre otros, por lo que es capaz de identificar las buenas oportunidades”.

Cuando los emprendedores desarrollan ideas para nuevos productos o servicios, surgen muchas empresas. No sólo los bienes de alto contenido tecnológico tienen potencial para alcanzar el éxito. De hecho, con frecuencia salen al mercado productos y servicios, comunes o creativos, con tecnología de dominio público o sin ninguna sofisticación tecnológica, pero no por ello dejan de ser competitivos.

(Maximiano, 2008) aclara que Algunos emprendedores inician un negocio basado en su actividad. Al analizar su profesión y su grado de éxito o fracaso, el emprendedor podrá desarrollar productos y servicios en los que aproveche su experiencia y conocimientos.

Las comunidades y la sociedad cambian en forma constante. Como resultado, los mercados y los consumidores se renuevan. La observación de la realidad permite descubrir mercados. Durante los últimos años, por ejemplo, el aumento de criminalidad dispuso a muchas oportunidades de nuevos negocios, tales como la localización de

autos robados y empresas de vigilancia, entre otros. Un negocio se desarrolla mediante la percepción de lo que sucede en el medio donde el emprendedor puede idear proyectos analizando para los posibles.

### **La necesidad enciende la chispa empresarial**

(Filion & Cisneros, 2011) Se dice que la necesidad es la madre de la invención. En otras palabras, una necesidad latente puede ser la chispa que encienda una oportunidad empresarial.

### **Ética en los negocios**

(Velazquez, 2006) La ética en los negocios es un estudio especializado de lo que es normalmente correcto e incorrecto. Se concentra en los estándares morales al ser aplicados a las instituciones, las organizaciones y el comportamiento en los negocios. Una sociedad consiste en personas que tienen fines comunes y cuyas actividades se organizan mediante un sistema de instituciones diseñadas para lograr estos fines.

La ética en los negocios desempeña una función sustancial ya que de ello depende el éxito o fracaso de la actividad que realiza. Un negocio gana confiabilidad cuando se demuestra a los clientes ética y valores. Las actitudes, la manera en como se trata a la gente hace hablar mucho sobre los valores que puede reflejar un empresario.

### **Determinantes detrás del emprendedor**

(Freire, 2012) Existen cualidades importantes que debe tener un emprendedor como pasión, estar dedicado en mente y alma, soñar y conseguir aquellos sueños, espiritualidad tener mente positiva entre el éxito y mejorar como persona, actitud de aprendiz que aunque puedan sorprender tengan el interés de aprender más.

(Rockefeller, 2006) La habilidad emprendedora es otra cualidad que tiene una persona que identifica y aprovecha las oportunidades y que permite iniciar el emprendimiento desarrollándose en un ámbito al cual se va a dedicar independientemente.

En aporte a lo expuesto las habilidades o cualidades son determinantes que se necesitan para lograr emprender y así empezar a crecer como un nuevo empresario nunca olvidando las posibilidades nuevas de aprender y aprovechar las oportunidades.

### **Emprendedor, ¿nace o se hace?**

Freire, 2005 Hay quienes consideran imposible modificar ciertas características innatas e indican que esto es lo determinante a la hora de emprender. Un emprendedor nace como nadie, maneja gente como nadie, son frases que oímos a diario acerca de emprendedores exitosos. Otros consideran que todo se hace que todo se puede desarrollar. Se puede considerar de manera intermedia por ejemplo:

- Hábitos modificables. Estos tienen que ver con la formación y aprendizaje educativo, como aprender cómo desarrollar una estrategia comercial y financiera, son conocimientos obtenidos con formación académica.
- Talentos inmodificables. Son cualidades que se tienen o no, es algo innato que como suele decirse se lleva en la sangre, son habilidades que la gente tiene sin necesidad de haber estudiado.

En si quien es emprendedor puede solo lograrlo con las destrezas con las que ha nacido, pero también puede complementar esas habilidades con los conocimientos que se obtienen académicamente siendo esta la manera de llegar a las cimas del éxito como empresario.

### **¿Por qué emprender?**

(Freire, 2005) Existen muchas razones para que alguien decida ser emprendedor. Se pueden clasificar a los emprendedores en tres grupos:

- Los luchadores son quienes consideran y ven el proceso emprendedor como su única manera de subsistir. Es decir, es quien emprende porque esa es su única opción para vivir.
- Los cazadores son quienes se aventuran en diferentes ámbitos donde encuentren la oportunidad de negocio que consideren encontrar fortuna pueden estar en una tienda de abarrotes, mañana una banda de música y después quién sabe.
- Los gladiadores son quienes sienten el proceso emprendedor en la sangre y van a serlo independientemente del contexto. Aún teniendo otras opciones eligen esta actividad como su profesión y aunque quieran sacar el mejor provecho de otras oportunidades, se comprometen profundamente con lo que realizan.

Las razones por las que se emprende nos dan a conocer por qué en realidad, las personas inician cierta actividad y como se menciona anteriormente algunos lo hacen como su única opción, otros como captadores de las oportunidades y otros porque les apasiona lo que realizan. Pero cuando se realiza lo que apasiona como negocio se llega de manera espontánea al éxito.

### **Beneficios de la estrategia emprendedora**

(Mendez, 2006) Por el hecho de que la estrategia emprendedora es una de las opciones más recomendadas a nivel internacional para impulsar el crecimiento económico y la fomentación de empleo se debe tener en cuenta las referencias para la integración de los emprendimientos por lo que es importante conocer:

En qué consiste la estrategia.

### **Cuales son los principales problemas a los que se enfrenta**

Existen alternativas que pueden tener los emprendedores para acarrear sus problemas sin permitir exponerse a riesgos que puedan afectar sus posibilidades y resolverlos con éxito.

La presencia de grandes dificultades e inconvenientes en el mercado laboral ha llevado a miles de latinoamericanos a presentar un importante interés por las estrategias y de esta manera aplicar negocios por sus propios medios debido a la falta de empleo o al no contar con una remuneración que cubra sus necesidades o simplemente porque no se sienten conformes con sus empleos.

Al enfrentarse a la una situación laboral difícil cada vez más personas en latinoamérica buscan la manera de obtener mejores ingresos porque se sienten con el incentivo de mejorar el estilo de vida que llevan para ellos y sus familias, es así que no solamente se da un beneficio personal sino local ofreciendo a las personas cercanas facilidades de conseguir lo que necesitan

Debido a que se colabora y se da ventaja a los mismos habitantes de los alrededores en donde se inicia un nuevo negocio aportando también el desarrollo de la ciudad por ende de todo un país en la mayor medida de todos los emprendimientos que se dan, cumpliendo todos una importante función en el mundo laboral y son miles las personas que viven y desarrollan económicamente de negocios propios.

### **Políticas para el emprendimiento en el desarrollo de un nuevo negocio**

Son fuerzas políticas, estatales y reglamentarias. Estas fuerzas deben ser tomadas en cuenta especialmente cuando acata contratos y subsidios del gobierno, también antes de entrar en operaciones en otros países, y lo mismo cuando se va a abrir un negocio, por ejemplo, se debe investigar sobre la autorización de permisos o

licencias antes que decidir la ubicación definitiva del negocio. Entre las que se consideran como primeras fuerzas están las regulaciones gubernamentales, leyes de patentes, leyes sobre monopolios, tarifas fiscales, aumento del salario mínimo, estabilidad jurídica, estabilidad tributaria, prospectos de leyes, etc.

En algunos países existen áreas estratégicas de las políticas de emprendimiento Colombia, Ecuador, México, entre otros que se denomina la Política Nacional de Emprendimiento, una de ellas en Costa Rica llamada “Costa Rica emprende” y se la puede encontrar estructurada en las siguientes áreas estratégicas:

- Fomentación de la cultura al Emprendedor
- Articulación asociativa
- Sistema Nacional de Desarrollo
- Sistema de Información y Monitoreo
- Banca de oportunidades o instrumentos de financiamiento para emprendedores
- Acompañamiento Emprendedor
- Innovación y desarrollo tecnológico para emprendedores
- Fomento de Emprendimientos hacia la exportación

Las políticas de emprendimiento deben ser aplicadas en los primeros pasos y sus etapas, de esta forma serán bien instruidas y adaptadas al negocio a establecer, evitando inconvenientes en el futuro por falta de conocimiento de mencionadas políticas.

### **Importancia del problema**

Es importante permite conocer a los moradores del Sitio San Andrés cuál es la incidencia del emprendimiento en su economía local, cuyos resultados otorgan información importante para ser analizada y mejorada en base al desarrollo de toda la población.

Julien (2011) Dentro de los problemas que son más importantes con referencia al desarrollo económico de las microempresas, su principal inconveniente es el capital porque necesitan realizar inversiones para mejorar las instalaciones, comprar materiales, continuar operando e invertir para mejora del local, ya que se han improvisado estos espacios. El desarrollo se ha generado de forma desigual en la sociedad lo provoca problemas de inestabilidad económica en casi todas las regiones del mundo. Las principales necesidades de producción de las microempresas están relacionadas con sus procesos productivos, puesto que tienen contratiempos para terminar y comercializar sus productos.

El desarrollo económico mundial es el proceso de mejoramiento, guiado por una visión de transformación, conformada por sociedades, en la búsqueda de su realización personal y grupal. Dada la multiplicidad de factores que pueden afectar el desempeño empresarial, tanto para los empresarios como para las autoridades económicas del país, es preciso establecer la severidad de estos obstáculos para enfocar sus esfuerzos en los problemas más críticos y relevantes.

### **Metodología**

En el presente trabajo investigativo se utilizó la investigación de campo, pues se recurrió al sitio donde se realizaron las encuestas suficientes para obtener la información. Se utilizó la investigación documental tomando como referencias bibliográficas y web-grafía a través de libros e información de internet, se realizó el análisis pertinente cuyos resultados permitieron obtener las respectivas conclusiones y recomendaciones presentadas.

### **Resultados**

Los resultados de la presente investigación son obtenidos en base a las encuestas realizadas y dada la



comparación con los objetivos de la investigación, se puede realizar la comprobación de la hipótesis: “El emprendimiento microempresarial incide en el desarrollo económico del sitio San Andrés del cantón Chone, desde agosto a noviembre del 2014”

En donde las estadísticas de los resultados demuestran que los factores que inciden en el desarrollo microempresarial en base a la mayoría de respuestas dadas por las personas encuestadas es el conocimiento del negocio lo que hace desarrollar el mismo. Fue el 34% de encuestados con su respuesta al factor de conocimiento del negocio, un 22% consideran que la creatividad también ayuda al desarrollo microempresarial, el 19% dio su respuesta a la identificación de oportunidades, el 25% a la planificación.

Se sustenta también donde el 47% de los encuestados consideran importante el emprendimiento microempresarial para mejorar el estilo de vida. El 25% da la importancia del emprendimiento a todas las opciones, un 19% dice por abatir el desempleo y el 9% define su importancia porque da independencia económica.

Se comprueba la hipótesis verdadera además porque el microempresario 1 expuso el factor que ha incidido en el desarrollo económico de su negocio es la solicitud de crédito a instituciones financieras. El microempresario 2 indicó el factor de la ubicación, son negocios favorables al sector; por la gran productividad agrícola, ambos se sienten beneficiados con el lugar de su establecimiento. Los dos propietarios de las microempresas a quienes se entrevistó dieron una respuesta de beneficio en el desarrollo microempresarial y económico de su comunidad.

## **Conclusión**

Culminada la investigación se ha podido llegar a las siguientes conclusiones:

El emprendimiento microempresarial es muy importante para el desarrollo de todas las comunidades de acuerdo a las investigaciones realizadas en este trabajo, además es la opción más recomendada a nivel internacional para impulsar el crecimiento económico y la fomentación de empleo.

Las políticas que se aplican en el emprendimiento son: iniciación formal de la actividad empresarial, las facilidades de financiamiento y capacitaciones para la fomentación de la cultura emprendedora las mismas que se dieron a saber a los habitantes.

Con relación a los resultados que se obtuvieron en la investigación en el sitio San Andrés del Cantón Chone se puede manifestar que de los factores que afectan el desarrollo microempresarial de dicha comunidad es la falta de financiamiento, pues la oportunidad de obtener créditos para los negocios es compleja por lo que muchos de ellos no consiguen mantener económicamente su actividad.

Según las respuestas a las preguntas planteadas en las encuestas las personas reconocen tener competencias como la persistencia en su mayoría, lo cual es positivo para alcanzar el éxito en los emprendimientos ya que ser persistente es una cualidad que hace perdurar los negocios conjuntamente con la constancia para mejorar y crecer en el ámbito empresarial.

Las estrategias de emprendimiento sirven para mejorar el desarrollo económico se concluye que son muy importantes en la resolución de problemas según la investigación en este trabajo, porque ayuda al crecimiento microempresarial, como por ejemplo atraer más clientes.

## **Agradecimiento**

Un agradecimiento a todos quienes apoyamos a la elaboración de este trabajo investigativo y por la

predisposición en lograr obtener los resultados propuestos y por participar activamente en la escritura del mismo.

### **Referencias bibliograficas**

Freire, A. (2005).(2012) Pasión por emprender: de la idea a la cruda realidad. Editorial Norma.

Julien, P. C. (2011). Emprendimiento: dimensiones sociales y culturales de las PYMES.

Maximiano, A. (2008). Administración para emprendedores. México: Cámara Nacional De La Industria Editorial Mexicana.

Méndez, J. L. (2006). Emprendedores y Desarrollo económico 2.

# Análisis del fortalecimiento en el sector empresarial al establecer estrategias de desarrollo exitoso del segmento pequeña y mediana empresa de la provincia de El Oro- Ecuador

**Miguel Orlando Espinosa Galarza**

Universidad Técnica de Machala  
mespinosa@utmachala.edu.ec

**Cesar Javier Quezada Abad**

Universidad Técnica de Machala  
cquezada@utmachala.edu.ec

**Jorge Antonio Villacis Salcedo**

Universidad Técnica de Machala  
jvillaciss@utmachala.edu.ec

## Resumen

Las empresas del segmento al que se hacen referencia en el presente trabajo de investigación, han sido en conjunto muy importantes en las economías de muchos países, siendo estos desarrollados o no, han desempeñado un papel significativo. Pero se ha presentado un problema entre las empresas del segmento estudiado, en el sentido que no se han sabido mantener a lo largo del tiempo, y han sido generalmente la mayoría, y por mucho tiempo, empresas informales, si cabe el termino, es decir que no han sabido muchas veces manejarse como empresa u organización, sino que han sido llevadas adelante como empresas familiares, o empíricamente aprendiendo de errores. Seguramente algunas tuvieron éxito, pero la mayoría no fueron sustentables y sostenibles en el tiempo, no crecieron ni se expandieron. Es por esto que se ha realizado una investigación de campo con empresas que empezaron como pequeñas empresas y tuvieron éxito, además de hacer una revisión teórica científica de bibliografía de artículos científicos en donde se ha estudiado las teorías y casos de éxito en empresas en el tema de negociación y como este aporoto a su desarrollo.

**Palabras clave:** negociación, estrategia, mejora continua.

## Abstract

The companies of the segment that are referenced in the present research work have together been very important in the economies of many countries, and these developed ones have not played a significant role. But it has presented a problem among the companies of the segment studied, in the sense that they have not been known to maintain a long time, and have been generally the majority, and long time, informal companies, if it fits the term, ie Have often been handled as a company or organization, but have been carried forward as family businesses, empirically learning from mistakes. Surely some were successful, but most are not sustainable and sustainable over time, did not grow or expand. It is for this reason that it has carried out a field research with companies that have started as small companies and it has been successful, besides doing a theoretical scientific review of bibliography of scientific articles where the theories and cases of success in the Companies in the topic Negotiation and how this contribute to its development.

**Keywords:** negotiation, strategy, continuous ,improvement.

## **Introducción**

La provincia de El Oro y por ende la Universidad Técnica de Machala, a través de este grupo de investigación plantea desarrollar estrategias de exportación para facilitar, principalmente a las pequeñas y medianas empresas, su proceso de expansión internacional que permita desarrollar el sector económico que se encuentra estancado y catalogado como productor primario, carente de valor agregado y por ende desaprovecha un gran porcentaje de potencial utilidad económica.

Si una empresa no se adapta a los cambios y exigencias que presenta el entorno, no puede pretender ser competitiva o generar valor agregado frente a sus consumidores, clientes o socios y competidores. Hay varias características que una empresa u organización deben cumplir para poder generar una apreciación positiva por parte de sus clientes y entorno, y que no son fáciles de conseguir, pero que necesariamente se debe hacer si desean incursionar en nuevos segmentos, en captar nuevos clientes, penetrar en nuevos mercados o pretender tener cualquier resultado positivo como empresa sea este corto mediano o largo plazo si no adopta medidas como generar valor agregado, la cual por defecto generara ventaja competitiva, diferenciación, pertinencia como empresa, buena cultura organizacional. La especialización, la cooperación y el intercambio son responsables del progreso económico del mundo, y ahí radica el camino para los logros futuros(Rice & Alejandro, 2013).

En la actualidad al hablar de globalización como lo indica (David, López, & López, 2014), es necesario adaptarse al entorno siendo competitivo y mejorando las prácticas como empresa y no solo priorizar en rentabilidad, que seguramente generara utilidad a corto plazo, si solo se enfoca en ese sentido, pero a mediano y largo plazo se perderá el valor de pertinencia real de la empresa y como organización tendrá falencias, que afectara rendimiento de empleados, falta de ética , falta de estructura organizacional adecuada y por ende la empresa empezara a decaer en su rendimiento o producción .

Eliminar intermediarios y barreras geográficas con el uso del comercio electrónico, es una forma de llegar al cliente sin necesidad de grandes inversiones; lo cual genera nuevas oportunidades para la empresa.(Cruz & Héctor, 2015).

## **Importancia del problema**

No se puede obviar la importancia de realizar un análisis de un sector empresarial de determinada región, segmento o país sin tomar en cuenta, por así decirlo, los extremos, es decir los casos de éxito y fracaso. La informalidad con la que se lleva una empresa cuando recién inicia, ya sea por escasas de recursos, desconocimiento de parte de los propietarios o por inexperiencia, conlleva una peligrosa continuidad de la misma, si la empresa no empieza a tomar acciones en cuanto a la mejora continua y de calidad de producto o servicio se refiere, además claro está, de preocuparse por la responsabilidad social empresarial y buen ambiente de trabajo. Un común denominador en las empresas investigadas y sector investigado, ha sido que las organizaciones de éxito han incurrido en las buenas prácticas empresariales para mejorar, desarrollarse y adaptarse al entorno para enfrentar los retos que se presentan en el sector en el que se encuentran.

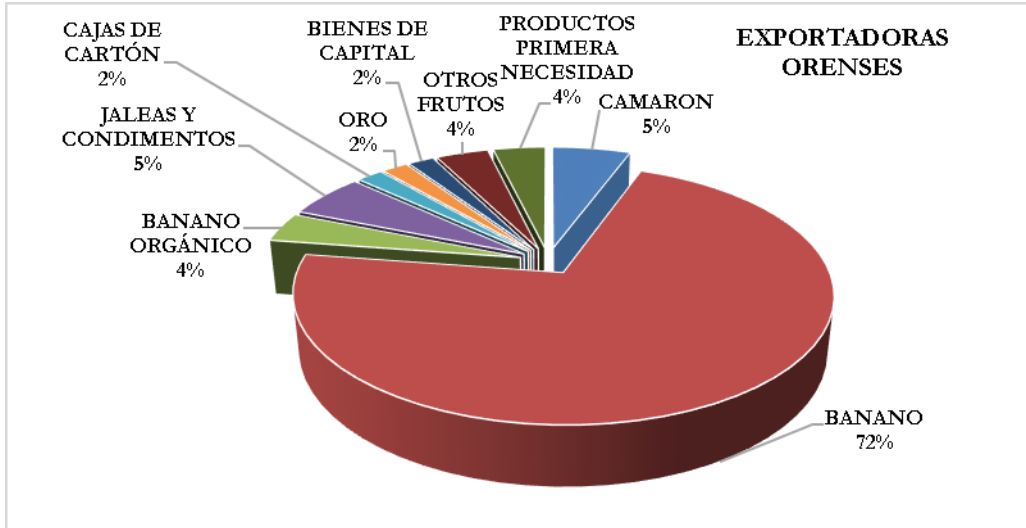
## **Resultados**

### **Búsqueda de información a través de fuentes secundarias**

Como primera actividad se desarrolló una recopilación en fuentes secundarias, de los principales exportadores de la provincia de El Oro, lo que posteriormente nos permitió realizar las entrevistas respectivas. Pudimos detectar que existen 53 empresas exportadoras con domicilio tributario en la provincia, lo que refleja la pertinencia del presente análisis.

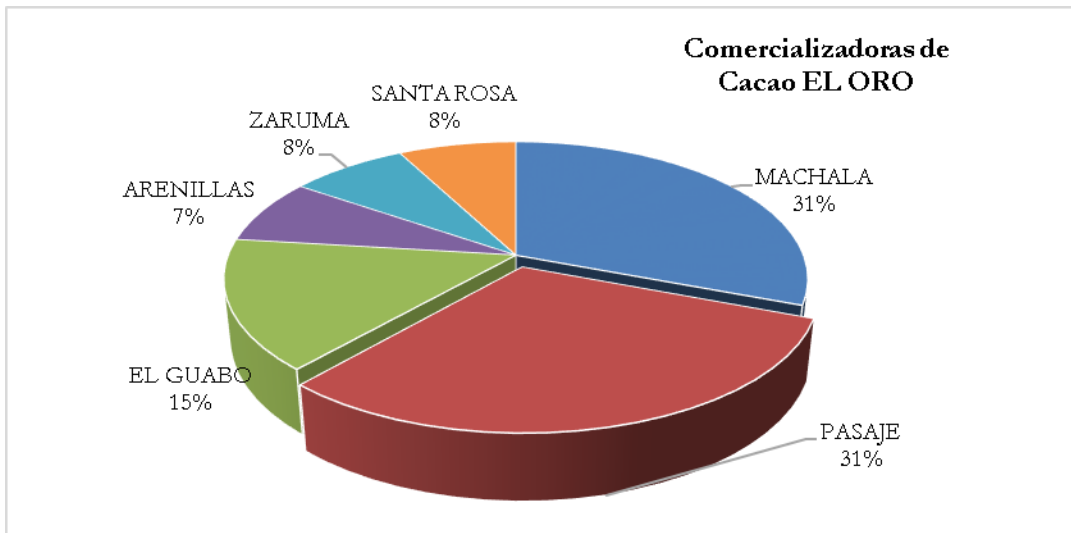
Cabe señalar que existen muchas otras empresas que funcionan en diversos cantones de la provincia de El Oro, pero tienen su domicilio o sus oficinas principales en Guayaquil, debido a su logística de exportación, pues envían el producto por el puerto de Guayaquil; por planificación tributaria, porque diluyen el riesgo tributario en una zona con mayor volumen de contribuyentes; o, por eficiencia administrativa, porque los dueños residen en dicha ciudad.

**Gráfico 1.** Exportadores en la provincia de El Oro, por sector o por producto



Elaboración: Propia (estudio de mercado)

**Gráfico 2**



El cuadro y gráfico nos muestran que más del 60 por ciento de los comercializadores se encuentran en la zona de Pasaje y Machala.

**Entrevista a los principales exportadores de la provincia de El Oro**

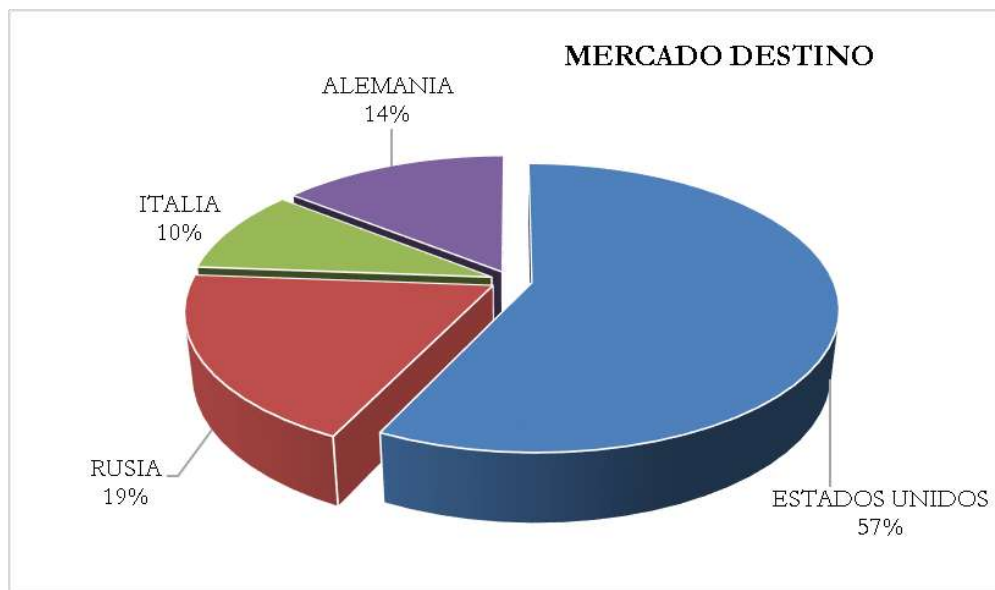
Enfocados en el objetivo de conocer las técnicas de negociación de los principales exportadores de la provincia, se inició el trabajo investigativo levantando información de fuentes secundarias, para luego identificar las empresas sujeto de investigación y ejecutar la investigación primaria, a través de entrevistas.

Luego de dilucidar los problemas de las empresas exportadoras de la provincia, se identificaron las siguientes variables:

- Mercado destino.
- Sector.
- Requisitos de exportación.
- Marketing cooperativo.
- Envase y embalaje para exportar.
- Técnicas de exportación y comercialización.

Enfocado en las escalas de Zou y Stan (1998); Wheeler (2008); Cerrato y Depperu (2011) para determinar la “Competitividad de la empresa internacional”; de Veludo, Macbeth & Purchase, 2006; Dyer & Singh, 1998; Harland, 1996, con la escala para medir la “competitividad”; de Pla-Barber (2007), para medir la “estrategia global”; y, de Denise Maria Martins, Ana Cristina de Faria, Leandro Campi Prearo, Alessandro Gustavo Souza Arruda (2017, p.51), con la escala para conocer la “Interorganizational cooperation”.

**Gráfico 3**



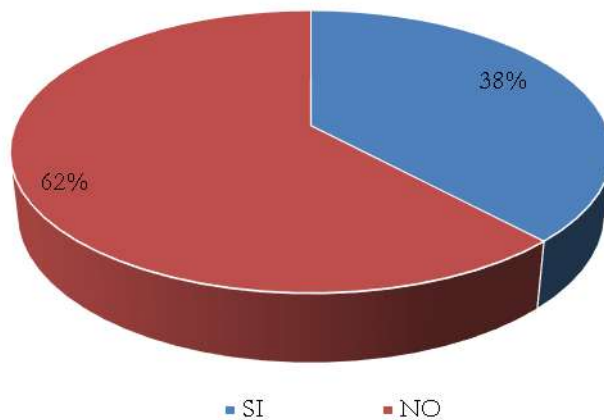
**Fuente:** entrevistas realizadas (21 empresas exportadoras).

Respecto a la forma de internacionalización de los principales exportadores, enfocados en las técnicas utilizadas en las principales empresas de países emergentes, se recabó información para conocer si las mismas utilizan alguna estrategia asociativa o de marketing cooperativo, obteniendo los siguientes resultados.

**Gráfico 4**

865

### ¿Se asocia para exportar?



Fuente: entrevistas realizadas (21 empresas exportadoras).

Resulta importante señalar, que en toda América Latina el 99 por ciento de las empresas son pequeñas y medianas empresas (PYME), y sólo un 10 por ciento de ellas son empresas multinacionales (OCDE, 2013). Las PYME latinoamericanas son también la principal fuente de creación de empleo de la región y generan alrededor del 64 por ciento del empleo total por países: 70 por ciento en Argentina; 60 por ciento en Brasil; 63% en Chile; El 67 por ciento en Colombia; El 55 por ciento en Ecuador; 75 por ciento en México; El 77% en el Paraguay; El 68% en el Perú; El 69 por ciento en Uruguay; Y un 38 por ciento en Venezuela (Arazi y Baralla, 2012). Sin embargo, su contribución al producto interno bruto de esta región (entre el 15 y el 25%) sigue siendo bastante inferior, como lo ha indicado la OCDE (2013).

Muchos investigadores han estudiado la competitividad internacional de las empresas (Buckley et al., 1990, Dunning y Lundan, 1998, Elenurm, 2007, Fahy, 2002, Jones y Crack, 2001, Moon y Lee, 2004, Pervez et al., 1998), pero la gran mayoría de estos estudios se han desarrollado para los países industrializados (Japón, EE.UU., Inglaterra, Alemania, etc.), sin embargo, ha habido muy pocos estudios realizados en países en desarrollo o en países emergentes.

En este sentido, es bueno acotar que la investigación de los países desarrollados no siempre se puede aplicar a los países en desarrollo (Casanova, 2004, Cuervo-Cazurra, 2008; Peña-Vinces et al., 2012), ya que su comportamiento económico es generalmente muy diferente y suelen tener un carácter inestable y caótico: el medio ambiente, los sistemas políticos y educativos pobres y un bajo nivel de industrialización, incluso en el desarrollo y así sucesivamente (Jarvenpaa y Leidner, 1998; Peña-Vinces et al., 2012).

Las empresas multinacionales (EMN), ubicadas en América Latina, se han convertido en tema de estudio para un gran número de investigadores (Casanova, 2004; Cuervo-Cazurra, 2008; Peña-Vinces y otros, 2012), pero se podría decir que todos ellos se han concentrado en aspectos relacionados con los modos de entrada en los mercados internacionales, Los mercados naturales (Casanova, 2004), los recursos naturales (Arze y Svensson, 1997) y otros temas (Peña-Vinces et al., 2012). Sin embargo, ninguno de ellos ha construido un modelo que explique la competitividad de las pequeñas y medianas empresas multinacionales basadas en los países en desarrollo latinoamericanos. Dado que las actividades extranjeras de las empresas (exportadoras) desempeñan un papel crucial tanto en los países como en las empresas porque representan una oportunidad para el

crecimiento económico (Athukorala, 1994, p.112); (Peña-Vinces et al., 2012), teniendo en cuenta que las EMN son consideradas como los motores del crecimiento económico de un país (Peña-Vinces et al. Al., 2012).

Cuando hablamos de la colaboración del sector empresarial en los países latinoamericanos, estamos hablando de los mecanismos que, de una u otra forma, permiten a las empresas competir más exitosamente en los mercados extranjeros (Belso-Martínez, 2006, Mesquita y Lazzarini, 2008), ya que las empresas necesitan el apoyo o la asistencia de su sector para crecer y competir internacionalmente (Arze y Svensson, 1997, Cho y Moon, 2000, Nadvi, 1999).

La literatura de negocios internacionales y mercadeo internacional (Hofstede, 1993) nos muestra que las empresas que compiten en los mercados internacionales consideran los aspectos socioculturales (cultura, idioma, religión, actitudes, costumbres, diseño, nivel de educación, raza, etc.). Como aspectos importantes y vitales que deben tenerse en cuenta para competir en los mercados de exportación (Galán et al., 2007). Estas variables afectarán la estrategia desarrollada por las empresas y pueden influir positivamente o negativamente en su competitividad (Hofstede, 1993, Pla-Barber, 2001, Wheeler y otros, 2008, Zou et al., 1997). La evidencia nos muestra numerosos casos de éxito y fracaso de las empresas multinacionales, donde las variables socioculturales han jugado un papel importante en la competitividad de la empresa (Jin y Moon, 2006; Nadvi, 1999, Toppinen et al., 2007). La verdad es que el medio ambiente del país receptor, de una manera u otra, exigirá a las EMN que ajusten su estrategia comercial de acuerdo con el tipo de características socioculturales de cada consumidor internacional (Anwar, 2003; Galán et al., 2007, Hofstede, 1993, Jin y Moon, 2006).

También es necesario destacar que la estrategia de la empresa en el ámbito internacional se ve afectada por otros factores de los mercados de destino (Fahy, 2002, Jin y Moon, 2006, Moon y Lee, 2004), de ahí la importancia de destacar aquellos que ejercen una mayor influencia en ellos.

Porter (1998) sostuvo que la presencia en una nación de proveedores e industrias similares ofrece ventajas a las empresas que compiten internacionalmente. Estos beneficios pueden incluir: innovación, transformación, intercambio de información y participación en el desarrollo tecnológico. Por lo tanto, el desempeño de una empresa internacionalmente competitiva se asocia con el éxito de las industrias domésticas (Nadvi, 1999; Porter, 1998). Esto también permite a las empresas ser capaces de formar acuerdos de asociación para lograr el éxito en el extranjero (D'Cruz y Rugman, 1993).

Pero no sólo la presencia de industrias similares es muy importante para la competitividad internacional de las empresas, sino que también es importante la presencia de otras instituciones como: bancos, compañías de seguros, agencias de publicidad, universidades competitivas y otros (Cho y Moon, 2000; Cho et al., 2009, Hao-Sung, 2003, Jin y Moon, 2006).

Las empresas multinacionales obtienen los máximos beneficios del medio ambiente de su país de origen cuando las industrias de sus proveedores son en sí mismas competidores mundiales. Esto facilita más tarde los flujos necesarios de tecnología a sus clientes ubicados en mercados extranjeros (Hao-Sung, 2003; Porter, 1998).

La evidencia empírica nos muestra que las empresas multinacionales que se encuentran en industrias altamente competitivas se benefician de actividades como la investigación y el desarrollo. En consecuencia, las empresas que pertenecen a sectores con características similares se han vuelto recientemente competitivas (Mesquita y Lazzarini, 2008; Nadvi, 1999; Zeng et al., 2008). Además, los sectores industriales permiten a otras empresas



debido a su tamaño, debido a su forma de operar o debido a su desconocimiento de los mercados extranjeros, lograr su internacionalización, gracias a la cooperación con otras empresas del sector (Nadvi, 1999, Zeng et al., 2008).

Es importante mencionar que las EMN que tienen fuertes lazos con su sector suelen beneficiarse de la transferencia de conocimientos, nuevas tecnologías y los recursos y la experiencia que facilitan el aprendizaje rápido y permiten una rápida internacionalización (Lin y Chaney, Mesquita y Lazzarini, 2008).

Analizar las diferentes técnicas de negociación aplicadas en el sector empresarial para establecer estrategias de mejora continua en el sector empresarial. Con la finalidad de analizar las diferentes técnicas de negociación aplicadas en el sector empresarial para establecer estrategias de mejora continua en el sector empresarial, se ha analizado literatura de países desarrollados; sin embargo, contextualizando para los países en desarrollo, planteamos lo siguiente:

- La colaboración del sector industrial influirá positivamente en la competitividad internacional de las empresas de los países en desarrollo de América Latina. (Competitividad)
- La colaboración del sector industrial influirá positivamente en la estrategia global de las empresas de los países en desarrollo de América Latina. (Técnicas de exportación)

## **Metodología**

### **Diseño de guía de procedimientos de exportación de productos de derivados de cacao al mercado internacional**

#### **Técnicas de negociación apropiadas**

Basado en la existencia de una estrategia global dentro de las empresas multinacionales, sus operaciones en los mercados internacionales no serían posibles sin la colaboración de los sectores industriales (Nadvi, 1999; Arze y Svensson, 1997; Porter, 1998; Belso-Martínez, 2006). Es decir, el funcionamiento de una estrategia global en las Pymes está asociado con la colaboración de sus proveedores: materias primas, finanzas y seguros, transporte internacional y personal cualificado, etc. Al mismo tiempo, también depende de las redes organizacionales (D'Cruz y Rugman, 1993, Mesquita y Lazzarini, 2008), o los acuerdos de cooperación que las pequeñas y medianas empresas mantienen con las ventas o para la adquisición y transferencia de conocimiento. Estos son factores que también les han permitido reducir sus costos y su internacionalización. Pero no olvidemos que, según los modelos de Grant (1991), Fahy (2002) y Toppinen et al. (2007), la colaboración sectorial no se da de manera aislada, sino que está vinculada a un entorno que se ha descrito aquí como el entorno del país de origen de la empresa (Galán et al., 2007). En este sentido, la colaboración entre las empresas está condicionada por los clientes locales, los competidores, las posibilidades de outsourcing y las universidades, ya que éstas contribuyen con la creación de nuevos conocimientos (Chen y Lin, 2006; Cho y Moon, 2000; 253).

Además, la colaboración del sector industrial también se ve afectada por las acciones de los gobiernos, como la promoción de determinados sectores y la aplicación de políticas internacionales particulares que promueven el desarrollo macroeconómico y la internacionalización de sus PYME (Arze y Svensson, 1997, Nadvi, 1999).

## **Resultados**

Como podemos observar del cuadro y gráfico 1 anteriormente expuestos, no existen exportadores del sector cacaotero en nuestra provincia, lo que demanda de parte de la Universidad Técnica de Machala, un estudio enfocado en dinamizar este sector productivo.

En nuestro levantamiento de información, encontramos que existen 13 empresas comercializadoras de cacao en la provincia de El Oro.

De las entrevistas realizadas se obtuvo información valiosa, que nos permite conocer que el principal mercado destino sigue siendo Estados Unidos de Norteamérica; sin embargo, los países europeos tienen un poco menos del 50 por ciento, lo que tiende a incrementarse por los recientes acuerdos comerciales firmados entre nuestro país y la Unión Europea.

La información recopilada, dejando claramente establecidas las limitantes de la presente investigación por las empresas con domicilio en otra ciudad, nos permite establecer que el principal producto de exportación de la provincia es el banano, que representa un 72 por ciento del total del mercado.

Como principal recomendación planteamos que las micro, pequeñas y medianas empresas deben asociarse para fortalecerse como grupo y desarrollar una correcta comunicación con el potencial importador, implementando visitas in situ y acatando la guía de procedimientos expuesta en la tabla No.1 para obtener mayores beneficios

### **Conclusiones**

En base a los datos obtenidos de fuentes de datos secundarios, investigación de campo y revisión científica bibliográfica, se ha podido constatar que es necesario que las pequeñas y medianas empresas, luego de su etapa de desarrollo, deban considerar la posibilidad de iniciar un cambio de mejoramiento organizacional que le permita mejorar como empresa.

La investigación realizada muestra que solo un pequeño porcentaje de las empresas que empiezan en este segmento logran tener éxito e internacionalizarse. Es justamente por esto que se ha investigado a empresas similares del sector que han tenido un correcto desempeño y que han logrado internacionalizarse, y en todas se nota como un común denominador que han adoptado políticas de mejoramiento continuo, entre las que se destacan las que se trata en el presente trabajo de investigación que es la técnica de negociación, la cual ha sido muy aplicada, sobre todo cuando la empresa ha empezado su expansión de negocios con otros países, y entre empresas locales, se han empleado en negociaciones locales con proveedores, en resolución de conflictos internos y un sin número de situaciones que ayudan al mejoramiento de la empresa y darle un sentido de cultura organizacional. Como una referencia adicional, se muestra la recomendación dada en una de las tablas que precede este capítulo.

Las empresas han tenido un mejor desempeño, cuando han aplicado una cultura organizacional, incluso antes de internacionalizarse, ya que al hacerlo, han tenido la posibilidad de experimentar y aplicar técnicas de mejoramiento continuo y que han ido aportando a su desarrollo como empresa, creando una educación en la compañía que le permita ser más profesional en los procesos, empleados, sistema, y negociación con proveedores y socios estratégicos, además de tener un enfoque más técnico del negocio para así poder enfrentar de una manera más profesional a la competencia ya que la Provincia de El Oro cuenta con muchas compañías exportadoras, ya que es la zona con mayor hectáreas de banano sembrado y existe una gran producción, por ende competencia por captar el cupo de los productores de la zona, siendo un factor muy importante diferenciarse en lo que se refiere a estabilidad en cuanto al cupo de producción para exportación y pago seguro de la venta de la fruta.

### **Referencias bibliográficas**

- Acedo, F.J. and Jones, M.V. (2007), "Speed of internationalization and entrepreneurial cognition: insights and a comparison between international new ventures, exporters and domestic firms", *Journal of World Business*, Vol. 42 No. 3, pp. 236-252.
- Anwar, S.T. (2003), "Vodafone and the wireless industry: a case in market expansion
- Arazi, C. and Baralla, G. (2012), *La Situación de las PyMEs en América Latina*, Inter-American Development Bank (IADB), New York Avenue, NW, Washington District of Columbia.
- Arze, E.C. and Svensson, B. (1997), "Development of international competitiveness in industries and individual firms in developing countries: the case of the Chilean forest-based industry and the Chilean engineering firm Arze, Recin and Asociados", *International Journal of Production Economics*, Vol. 52 Nos 1/2, pp. 185-202.
- Athukorala, P., Jayasuriya, S. and Oczkowski, E. (1995), "Multinational firms and export performance in developing countries: some analytical issues and new empirical evidence", *Journal of Development Economics*, Vol. 46 No. 1, pp. 109-122.
- Barney, J. (1996), "The resource-based theory of the firm", *Organization Science*, Vol. 7 No. 15, pp. 477-501.
- Belso-Martínez, J.A. (2006), "Why are some Spanish manufacturing firms internationalizing rapidly? The role of business, and institutional international networks", *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 18 No. 3, pp. 207-226.
- Bonaccorsi, A. (1992), "On the relationship between firm size and export intensity", *Journal of International Business Studies*, Vol. 23 No. 4, pp. 605-635.
- Buckley, P.J., Pass, C.L. and Prescott, K. (1990), "Measure of international competitiveness: empirical findings from British manufacturing companies", *Journal of Marketing Management*, Vol. 6 No. 1, pp. 1-13.
- Casanova, L. (2004), "East Asian, European, and North American multinational firm strategies in Latin America", *Business and Politics*, Vol. 6 No. 1, pp. 1074-1074.
- Cerrato, D. and Depperu, D. (2011), "Unbundling the construct of firm-level international competitiveness", *Multinational Business Review*, Vol. 19 No. 4, pp. 311-331.
- Chen, Y.M. and Lin, F.J. (2006), "Regional development and sources of superior performance across textile and IT sectors in Taiwan", *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 18 No. 3, pp. 227-248.
- Cho, D.S. and Moon, H.C. (2000), *From Adam Smith to Michael Porter, Evolution of Competitiveness Theory*, World Scientific Publishing, London.
- Cho, D.S., Moon, H.W. and Kim, M.I. (2009), "Does one size fit all? A double diamond approach to country-specific advantages", *Asian Business & Management*, Vol. 8 No. 1, pp. 83-102.
- Cuervo-Cazurra, A. (2008), "The multinationalization of developing country MNEs: the case of multinationals", *Journal of International Management*, Vol. 14 No. 2, pp. 138-154.
- and global strategy", *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 18 No. 3, pp. 270-288.
- Cruz, M., & Héctor, V. (2015). *La importancia de la Innovación en el Comercio Electrónico*.
- David, M., López, R., & López, C. R. (2014). *Alianzas estratégicas : alternativas generadoras de valor Strategic Alliances : Value-Generating Alternatives Alianças estratégicas : alternativas geradoras*.
- Rice, B., & Alejandro, E. (2013). *El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países*.
- D'Cruz, J.R. and Rugman, A.M. (1993), "Developing international competitiveness: the five partners", *Business Quarterly*, Vol. 58 No. 2, pp. 60-72.
- Dunning, J.H. and Lundan, S.M. (1998), "The geographical sources of competitiveness of multinational enterprises: an econometric analysis", *International Business Review*, Vol. 7 No. 2, pp. 115-133.
- Elenurm, T. (2007), "International competitiveness and organizational change drivers anticipated by Estonian managers in the context of European integration", *Baltic Journal of Management*, Vol. 2 No. 3, pp. 305-318.
- Fahy, J. (2002), "A resource-based analysis of sustainable competitive advantage in a global environment", *International Business Review*, Vol. 11 No. 1, pp. 57-78.

- Ferrier, F. (2001), "Navigating the competitive landscape the driver and consequences of competitive aggressiveness", *Academy of Management Journal*, Vol. 44 No. 4, pp. 858-877.
- Galán, J.I. , González-Benito, J. and Zuñiga-Vincente, J.A. (2007), "Factors determining the location decisions of Spanish MNEs: an analysis based on the investment development path", *Journal of International Business Studies*, Vol. 38 No. 6, pp. 975-997.
- Grant, R.M. (1991), "The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation", *California Management Review*, Vol. 33 No. 3, pp. 114-135.
- Hao-Sung, J. (2003), "The role of information technology in international competitiveness: taiwan's experience", Dissertation, Library and Archive Canada, University of New Brunswick, Canada.
- Hatch, N. and Dyer, J. (2004), "Human capital and learning as a source of sustainable competitive advantage", *Strategic Management Journal*, Vol. 25 No. 12, pp. 1155-1178.
- Hitt, M.A. ,Tihanyi, L. , Miller, T. and Connelly, B. (2006), "International diversification: antecedents, outcomes, and moderators", *Journal of Management*, Vol. 32 No. 6, pp. 831-867
- Hofstede, G. (1993), "Cultural constraints in management theories", *Academy of Management executive*, Vol. 1 No. 1, pp. 81-94.
- Ito, K. and Pucik, V. (1998), "R&D spending, domestic competition, and export performance of Japanese", *Strategic Management Journal*, Vol. 14 No. 1, pp. 61-75.
- Jarvenpaa, S.L. and Leidner, D.E. (1998), "An information company in Mexico: extending the resource-based view of the firm to a developing country context", *Information Systems Research*, Vol. 9 No. 4, pp. 342-361.
- Jin, B. and Moon, H.C. (2006), "The diamond approach to the competitiveness of Korea's apparel industry Michael Porter and beyond", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 10 No. 2, pp. 195-208.
- Jones, M. and Crack, D. (2001), "High-technology firms' perceptions of their international competitiveness", *Strategic Change*, Vol. 10 No. 3, pp. 129-138.
- Knight, G.A. and Kim, D. (2009), "International business competence and the contemporary firm", *Journal International Business Studies*, Vol. 40, pp. 225-273.
- Lefebvre, E' , Lefebvre, L.A. and Bourgault, M. (1998), "R&D-Related capabilities as determinants of export performance", *Small Business Economics*, Vol. 10 No. 4, pp. 365-377.
- Lin, K.H. and Chaney, I. (2007), "The influence of domestic interfirm networks on the internationalization process of Taiwanese SMEs", *Asia Pacific Business Review*, Vol. 13 No. 4, pp. 565-583.
- López, J. and Garcia, R. (2005), "Technology and export behavior: a resource-based view approach", *International Business Review*, Vol. 14 No. 5, pp. 539-557.
- Mesquita, L.F. and Lazzarini, S.G. (2008), "Horizontal and vertical relationships in developing economies: implications for SMEs' access to global markets", *Academy of Management Journal*, Vol. 51 No. 2, pp. 359-380.
- Moen, O. and Servais, P. (2002), "Born global or gradual global examining the export behavior of small and medium-sized enterprises", *Journal of International Marketing*, Vol. 10 No. 3, pp. 49-72.
- Moon, H.C. and Lee, D. (2004), "The competitiveness of multinational firms: a case study of Samsung electronics and Sony", *Journal of International and Area Studies*, Vol. 11 No. 1, pp. 1-21.
- Nadvi, K. (1999), "Collective efficiency and collective failure: the response of the Sialkot surgical instrument cluster to global quality pressures", *World Development*, Vol. 27 No. 9, pp. 1605-1626.
- OECD (2013), *Economic Commission for Latin America and the Caribbean Perspectivas económicas de América Latina 2013: Políticas de pymes para el cambio estructural*, OECD Publishing, Paris.
- Oviatt, B. and McDougall, P. (1994), "Toward a theory of international New Ventures", *Journal of International Business Studies*, Vol. 25 No. 1, pp. 45-64.
- Peña-Vinces, J.C. (2009), "Comparative analysis of competitiveness on the Peruvian and Chilean economies

from a global view”, *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, Vol. 14 No. 27, pp. 87-105.

Peña-Vinces, J.C. ,Cepeda, G.A. and Chin, W.W. (2012), “Effect of ITC on the international competitiveness of firms”, *Management Decision*, Vol. 50 No. 6, pp. 1-26.

Pervez, N. ,Ghauri, P. and Martin, K. (1998), “International competitiveness: empirical findings from SME service firms”, *Journal of International Marketing*, Vol. 6 No. 2, pp. 8-27.

Pla-Barber, J. (2001), “The internalization of foreign distribution and production activities: new empirical evidence from Spain”, *International Business Review*, Vol. 10 No. 4, pp. 455-474.

Porter, M.E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press.

Porter, M.E. (1998), *On Competition*, Harvard Business School, Boston, MA.

Rugman, A.M. (2001), “Viewpoint: the myth of global strategy”, *International Marketing Review*, Vol. 18 No. 6, pp. 583-588.

Rugman, A.M. and D’Cruz, J.R. (1993), “The double diamond model of international competitiveness: Canada’s experience”, *Management International Review*, Vol. 33 No. 2, pp. 17-39.

Rugman, A.M. and Verbeke, A. (1990), *Global Corporate Strategy and Trade Policy*, Croom Helm/Routledge, New York, NY.

Subhash, J. (1989), “Standardization of international marketing strategy: some research hypotheses”, *Journal of Marketing*, Vol. 53 No. 1, pp. 70-79.

Toppinen, A. ,Toivonen, R. , Mutanen, A. , Goltsev, A. and Tatti, A. (2007), “Sources of competitive advantage in woodworking firms of Northwest Russia”, *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 2 No. 4, pp. 383-394.

Wheeler, C. ,Ibeh, K. and Dimitratos, P. (2008), “UK export performance research: review and implications”, *International Small Business Journal*, Vol. 26 No. 2, pp. 207-239.

Wu, J. and Pangarkar, N. (2006), “Rising to the global challenge: strategies for firms in emerging markets”, *Long Range Planning*, Vol. 39 No. 3, pp. 295-313.

Zeng, S.X. ,Xie, X.M. , Tam, C.M. and Wan, T.W. (2008), “Competitive priorities of manufacturing firms for internationalization: an empirical research”, *Measuring Business Excellence*, Vol. 12 No. 3, pp. 44-45.

Zou, S. , Andrus, D.M. and Norvell, D.W. (1997), “Standardization of international marketing strategy by firms from a developing country”, *International Marketing Review*, Vol. 14 No. 2, pp. 107-123.

Zou, S. and Stan, S. (1998), “The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997”, *International Marketing Review*, Vol. 15 No. 5, pp. 333-356.

### **Linkgrafia**

<http://www.proecuador.gob.ec/compradores/directorio-de-exportadores-de-ecuador/>  
<http://www.cna-ecuador.com/nosotros/directorio/84-nosotros>  
[https://www.edina.com.ec/guia-telefonica/guia\\_telefonica.aspx?b=Bananos - Exportadores](https://www.edina.com.ec/guia-telefonica/guia_telefonica.aspx?b=Bananos - Exportadores)  
<http://www.fedexpor.com/directorio/empresas-exportadoras/5>

# Las tecnologías de la información y comunicación en las Pequeñas y medianas empresas de la Zona Norte de Manabí, Ecuador

**Katty Gisella Zambrano Alcívar**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

kattygiza@hotmail.com

katty.zambrano@uleam.edu.ec

**Lenin Andrés Párraga Zambrano**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

lenin\_andres\_p@hotmail.com

lenin.parraga@uleam.edu.ec

**Fabrizio Rolando Rivadeneira Zambrano**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

fariz75@hotmail.com

frolando.rivadeneira@uleam.edu.ec

## Resumen

Las tecnologías de información y comunicación en las PYMES poseen un rol muy importante (en aquellas que las tienen). Permiten desde la interacción más directa y eficiente con el proveedor, pasando por la mejora de los procesos internos de la empresa hasta poder conocer al cliente y sus preferencias. Pero esto muchas veces no lo ven o no lo saben los administradores de este tipo de empresas y oponen una gran resistencia al cambio y así las que no incorporen el uso de las tecnologías de información como parte del negocio ponen en riesgo su permanencia en el mercado ya que siempre existirán otras PYMES que sí lo hagan y obtengan una ventaja competitiva. El objetivo de este trabajo es: Identificar el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las PYMES de la Zona Norte de Manabí. La metodología utilizada hace referencia al análisis de teorías existentes referentes a la temática y aplicar una encuesta a administradores de las PYMES de la Zona Norte de Manabí de forma aleatoria. Entre los resultados más importantes, se establece que la mayoría de las pequeñas y medianas empresas no utilizan las tecnologías de información y comunicación para sus actividades empresariales.

**Palabras claves:** Tecnología, información, comunicación, pequeñas empresas, medianas empresas.

## Abstract

Information and communication technologies in SMEs have a very important role (in those that have them). They allow from the most direct and efficient interaction with the supplier, through the improvement of internal processes of the company until they know the customer and their preferences. But this often do not see or do not know the administrators of these types of companies and oppose a great resistance to change and thus those that do not incorporate the use of information technologies as part of the business put at risk their permanence in the market Since there will always be other SMEs that do and obtain a competitive advantage. The objective of this work is: To identify the use of information and communication technologies in SMEs in the Northern Zone of Manabí. The methodology used refers to the analysis of existing theories regarding the subject and to apply a survey to managers of SMEs in the Northern Zone of Manabí on a random basis. Among the most important results, it is established that most small and medium enterprises do not use information and communication technologies for their business activities.

**Keywords:** Technology, information, communication, small businesses, medium enterprises.

## Introducción

Actualmente, el uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) en las PYMEs (Pequeñas y Medianas Empresas), son un elemento esencial en la integración de las actividades básicas de operación, ya que su actividad económica requiere de sistemas que les permitan mantenerse en el mercado, ir a la vanguardia y, desde luego, que generen rendimientos acordes a las expectativas de las organizaciones. (Maldonado, Martínez, García, Aguilera, & Gozález, 2010, pág. 57)

Sin embargo, la situación de las pequeñas y medianas empresas en nuestro país el Ecuador tienen escaso nivel tecnológico, lo que ha producido una baja calidad de la producción, ausencia de normas y altos costos otro factor clave es la falta de crédito pero con altos costos y difícil acceso crediticio por las garantías y por ser un sector que está considerado por el riesgo financiero, además la mano de obra sin calificación su producción se orienta más al mercado interno por la falta de inversión lo que repercute en la penetración de las PYMES al mercado internacional. (Cuñis, 2016, pág. 11)

Así mismo, la adopción de la tecnología es un proceso complejo que requiere no solamente inversión, sino también que la organización tenga la capacidad de realizar los cambios que exige el uso la aplicación de las mismas en las diferentes funciones empresariales. El desarrollo de las TIC ha liberado un cambio estructural en el ámbito productivo y social de la humanidad moderna. Y no es para menos: su uso ha implicado una revolución que ha transformado la forma como se genera, divulga y utiliza la información en la sociedad. (Fonseca, Desarrollo e implementación de las TICs en las PYMES de Bocayá-Colombia, 2013)

Para el caso de las pequeñas y medianas empresas es importante tomar en cuenta ciertos elementos teóricos, principalmente los manifestados por los clásicos de la Administración, uno de ellos Michael Porter, quien en sus investigaciones indica que es meritorio el conocimiento de la cadena de valor, a la cual define de la siguiente manera, “la cadena de valor de una empresa desglosa las actividades estratégicamente relevantes, para entender el comportamiento de los costos y las fuentes existentes y potenciales de diferenciación” (Porter, 1990, pág. 40)

Adicionalmente, Porter manifiesta que las diferentes actividades creadoras de valor pueden ser divididas en dos grandes grupos actividades primarias y actividades de apoyo.

Las primeras tienen que ver principalmente con la actividad física del producto es decir su venta, transferencia al comprador e incluso la postventa; respecto a las actividades de apoyo éstas pueden ser entendidas como las que “sustentan a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología, recursos humanos y varias funciones de toda la empresa” (Porter, 1990, pág. 41)

Una ventaja fundamental del conocimiento de la cadena de valor es que la cadena de valor permite que una empresa identifique más claramente los beneficios potenciales de la integración (Porter, 1990), es decir de la capacidad de coordinar tareas de manera que el flujo de información sea más rápido y constante, haciendo que tome forma el concepto de la capacidad de crear acuerdos en beneficio de las empresas involucradas, manifestado por Hirschman (1958)

Porter manifiesta que la tecnología es un importante aliado dentro de la cadena de valor de la empresa y su utilización en los procesos de producción como una forma de generar ventaja competitiva, lo que ubica a la empresa en una mejor situación ante el resto de los competidores que no incluyen procesos tecnológicos. Comunicación, está provocando transformaciones y ha generado varios tipos de retos tanto de competitividad,

como sociales, mediante la modificación de conceptos y el comportamiento de los agentes económicos, la introducción de las TIC, se torna como un nuevo patrón de competitividad, lo que lleva a una reestructuración de los sistemas de producción de las empresas a fin de asociar la tecnología con el trabajo (Narváz, Fernández y Gutiérrez, 2006).

Así mismo, Manitio y Duque (2014) señalan que una PYME necesita tres elementos principales para poner en funcionamiento las TIC. A esos elementos se los llama arquitectura tecnológica donde se describen los siguientes factores:

- La infraestructura computacional, la cual se refiere a: sistemas operativos, bases de datos y middleware.
- Infraestructura de red, donde encajan: la administración de red, la red y las tecnologías de seguridad.

Por último se encuentran los sistemas de información de oficina; donde encontramos: sistemas de grupos de trabajo, sistemas de productividad y manejo de documentos.

Todos estos son necesarios ya que ninguna puede existir sin la otra. Como parte de una PYME se puede encontrar el tamaño suficiente según la amplitud de las bases de datos que se manejen.

De acuerdo a Arghoty (2013) el criterio del Centro para el Desarrollo de las Telecomunicaciones de Castilla y León (CEDETEL, 2004) “Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), constituyen la herramienta más valiosa con la que cuentan las empresas a la hora de adaptarse a las exigentes condiciones del mercado actual, permitiendo obtener ventajas competitivas y, por lo tanto, diferenciarse del resto” (CEDETEL, 2004: 11). La frase anterior resume la importancia como tal de las TIC en el mundo moderno y principalmente en lo referente a las PYMES, debido a que si no se vinculan las herramientas tecnológicas en los procesos de producción muy difícilmente las empresas podrán insertarse en el mundo globalizado y peor aún competir de manera adecuada. Como resultado se puede decir que el uso de las telecomunicaciones permite generar nuevas oportunidades y acercar a los negocios a los lugares menos accesibles (CEDETEL, 2004: 14).

Para el caso de las pequeñas y medianas empresas hay que destacar que debido a la falta de una política industrial de fomento al desarrollo de la investigación y desarrollo se obtiene como resultado lo manifestado por Pérez, M. et al. (2004, pág. 94), cuando dicen que: “En comparación con las grandes empresas, la gestión de las TIC en las PYMES es una cuestión que tiene una menor importancia estratégica”

Las condiciones requeridas tienen que ver con la capacidad de transmisión de información disponible, las políticas públicas desarrolladas para motivar el proceso de innovación, y además de una articulación fuerte entre empresa, Estado, universidades, centros tecnológicos, y otros. Los efectos para las PYMES se manifiestan en el hecho de que los costos de información y transporte se reducen, y los flujos tecnológicos se vuelven mucho más relevantes para la empresa, la absorción de innovaciones se vuelve en una condición imprescindible para que los conocimientos se reproduzcan y mejore la capacidad productiva de la empresa (Chudnovsky, 1998)

Cuando no se han desarrollado las condiciones necesarias para que la tecnología se cree o se transfiera se obtiene como resultado que las PYMES tienen muy poco uso de las TIC, lo que hace que se vean limitadas en aspectos de competitividad, ya que la generación de negocios, así como la optimización de ciertos procesos depende mucho de su adopción “El personal directivo de las pymes ha de ser consciente de las TIC que generan ventajas competitivas a la empresa y de la necesidad de asumir los cambios que requiere la organización para apoyar el funcionamiento de las mismas” (Pérez, Martínez, Carnicer, & Vela, Las TIC en las PYMES: Estudio de



resultados y factores de adopción, 2004, pág. 95)

Así mismo, de acuerdo a Manitio y Duque (2014) las TIC en la actualidad representan un significativo movimiento económico dentro de cada país. Las PYMES son además negocios desarrollados en la actualidad con un alto nivel de competitividad. Para saber cómo funcionan las TICs, Cruz nos muestra cómo están conectados los flujos de datos empresariales:

Figura 1: Flujo de datos empresariales



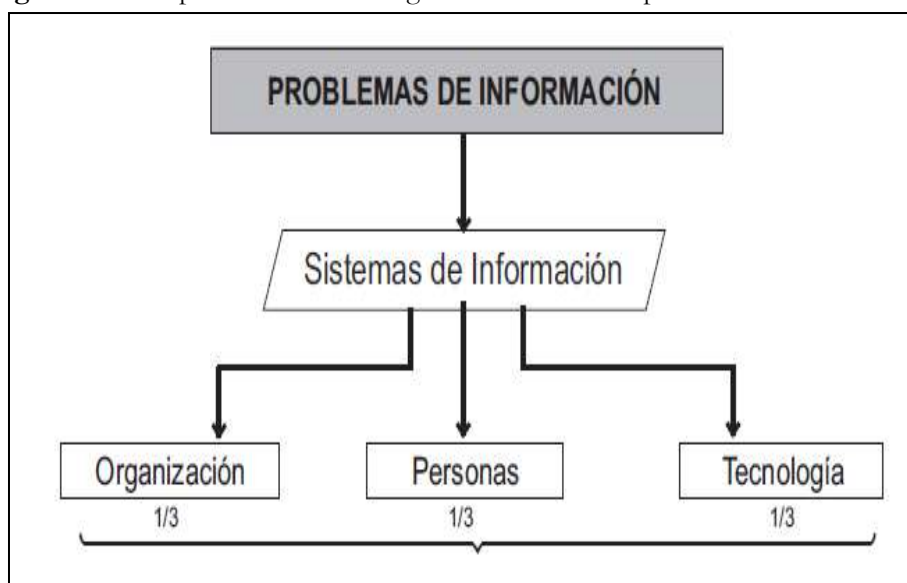
Fuente. Cruz (1998, pág. 8)

Como se puede apreciar en el cuadro, las PYMES siempre van a tener un flujo de datos que esté conectado entre diferentes funciones de la empresa. Esta información es más útil de lo que se conoce en cada PYME pero no es manejada de manera correcta. Una razón, la cual algunos administradores no se percatan es el orden con el que se manejan las bases de datos.

Al no tener un buen sistema de información y comunicación no se puede optimizar el manejo de la información y esta se hace obsoleta Cruz (1998).

Por ello, Delgado y Simao de Paula (2015) manifiestan que una de las principales funciones que cumplen las tecnologías de la información en las organizaciones del siglo XXI es el intercambio de información de modo seguro entre personas, instituciones, clientes y proveedores de productos y servicios (Beal, 2004, pág. 113). Duclós y Santana (2009, pág. 129) afirman que interactuar con TIC significa buscar soluciones a diversos problemas de una forma más eficiente. La tecnología representa aquí una tercera parte de la solución, como se muestra en la Figura 22, además de traer mejoras y valor para la organización.

**Figura 2.** Participación de la tecnología en la solución de problemas de información



**Fuente:** Duclós y Santana (2009, pág. 129)

Varias organizaciones gastan dinero en la adquisición de tecnologías de la información, inclusive cuando las más modernas computadoras, redes (hardware) y aplicativos (software), muchas veces no son usadas para mejorar el uso y la gestión de la información (Davenport, 2003, pág. 235). Si tomamos en cuenta el libro DAMA: guía para el conocimiento en gerencia de datos, coordinado por Mosley, Brackett, Early y Henderson (2012, pág. 155), además de saber cómo funciona una tecnología, es más relevante conocer cómo esa tecnología va incrementar valor para una institución, negocio o empresa, considerando los siguientes interrogantes en el momento de adquirirla:

- ¿Qué tipo de problema resolverá esta tecnología de la información?
- ¿Qué función tiene esta tecnología de datos que no está disponible en otras tecnologías?
- ¿Existen requisitos de hardware específicos para esta tecnología de datos?
- ¿Existen requisitos específicos del sistema operativo para esta tecnología de la información?
- ¿Existen requisitos específicos de software o aplicaciones adicionales necesarias para esta tecnología de datos?
- ¿Existen requisitos específicos de red o de conectividad para esta tecnología de la información?
- ¿Hay exigencias específicas para el almacenamiento de datos en esta tecnología?
- ¿Será que esta tecnología de la información incluye la funcionalidad de seguridad de la información?
- ¿Existen habilidades específicas necesarias para ser capaz de dar soporte a esta tecnología de la información?

Otro factor a considerar es el beneficio que debe otorgar las TIC al sector estratégico y apoyo a la toma de decisiones en una organización. Por su parte, Albertin y Albertin (2008, pág. 5) indagan:

Los beneficios ofrecidos y las configuraciones de negocio inducidas por las TI, deben reflejarse en beneficios efectivos para el negocio, que incluyen la reducción del costo de vida obtenida, por ejemplo: mediante la integración interna de los procesos; la mejora de la calidad que resulta de la utilización de tecnologías en los propios productos y servicios o en los procesos para garantizar su efectividad; el aumento de la flexibilidad obtenida por la base tecnológica, que permite el crecimiento del volumen de negocios sin ningún aumento proporcional de los costos operacionales y la innovación conseguida con nuevas prácticas y procesos por medio del uso intenso de las TI. (Albertin & Albertin, 2008, pág. 5).

Es resaltable la estrecha relación que existe entre innovación y el uso de las TIC. Al respecto, Castells (2001, pág. 119) señala que la innovación es un elemento fundamental en la economía de los países, porque es creada a partir de los conocimientos desarrollados en las organizaciones mediante la disponibilidad de información. Se han dado casos exitosos de innovación empresarial con la creación de institutos tecnológicos públicos, experiencia que América Latina replicó de Europa, donde los programas de extensión juegan un papel importante en la transferencia de conocimientos y adaptabilidad tecnológica (Bitran & González, 2012, pág. 2)

Resulta fundamental la creación de una sinergia entre tecnología de la información con procesos de gestión de la información, a ser realizada con recursos y contenidos informativos, impactando y apoyando tres puntos importantes: desenvolvimiento de estrategias organizacionales, estructura e innovación de los procesos, e integración con el conocimiento de la organización (Moura & Campanholo, 2011). Dado un proceso de trabajo sinérgico, nace un nuevo conjunto de técnicas que Davenport y Prusak (1998, pág. 155) denominan como “tecnologías de gestión del conocimiento”, conformado por todas aquellas tecnologías de la información que están relacionadas con la gerencia del conocimiento (ejemplo: data warehouse y data mining). Sin embargo, ese tipo de tecnologías aún carece de una definición concreta, que no disminuye la relevancia que va adquiriendo en el sector empresarial.

#### **Adopción de las TICs por parte de las Pymes**

El aprovechamiento de las TIC representa una oportunidad para que las empresas emprendan un crecimiento a nivel nacional e internacional. La competitividad, a través de las tecnologías, hace que haya mayor rentabilidad y desarrollo económico en el país.

Como en toda empresa, las tecnologías de la información y las comunicaciones constituyen un factor de producción fundamental de las pymes, cualquiera sea su tipo, Koteinikov, citado por Raúl Katz (Katz R. , 2009), ha definido cuatro estadios de adopción de las TIC en el universo de las pymes. Estos cuatro estadios no pueden ser considerados de manera estática. Sin embargo, la importancia de las TIC para las pymes varía de acuerdo con su tipología.

Las pymes internacionales son altamente dependientes de un acceso adecuado a las TIC. Consideradas estas como factor de producción no discrecional, una pyme internacionalizada no puede acceder a mercados competitivos sin un apoyo adecuado en términos de procesamiento de información y telecomunicaciones.

Para generar una posición competitiva sostenible, puede asumirse que el nivel de equipamiento y servicio debe ser, en este caso equivalente al que tiene una firma similar en una economía desarrollada

Según Donald Lester y Tran Thuhang, citados por Ca'Zorzi (2011, pág. 27), existen por lo menos cuatro factores que motivan las PyMES a invertir en TIC:

- 1) los ahorros en costos y la generación de beneficios percibidos;
- 2) la presión externa de competidores, clientes o proveedores;
- 3) la disposición organizacional; y
- 4) la facilidad de uso.

Los mismos autores indican que no toda inversión en TIC va tener un impacto en el crecimiento de la empresa y de su negocio y que, en general, es esencial que la TIC sea considerada no tanto como un instrumento

funcional, sino más bien como una capacidad estratégica de la empresa que puede traducirse en una ventaja competitiva. (Zorzi, 2011, pág. 27)

No todas las PyMES tienen que llegar a niveles de sofisticación elevada en su inversión en TIC. Una hoja de cálculo desarrollada por un empleado de la empresa puede ser ampliamente suficiente para gestionar un inventario o la contabilidad de una pequeña empresa comercial. Sin embargo, para empresas de mayor tamaño o complejo, el uso de ERP es una fuente notable de ahorro y de mejora de la rentabilidad del capital invertido.

Vadim Kotelnikov identifica diferentes etapas y niveles de adopción de las TIC:

**Cuadro 1.** Estadios de adopción de las TIC por parte de pymes

	Comunicaciones básicas	Tecnología de información básica	Comunicaciones avanzadas	Tecnologías de información avanzada
Telecomunicaciones	Telefonía fija Telefonía móvil Fax		Correo electrónico Acceso a internet Videoconferencia Compartición de archivos eCommerce Vol P	
Tecnología de información		Computadora personal equipada con software básico (planilla electrónica, procesador de texto)		Bases de datos ERO Gestión de inventario CRM

**Fuente.** Koteinikov, citado por Raúl Katz (2009)

Un factor que ha acelerado la adopción de la tecnología por parte de las PyMES, especialmente en países en desarrollo, es la migración de los servicios públicos hacia la red. Por conveniencia o por obligación, las empresas (y los ciudadanos) comenzaron a acceder más a los servicios a través de los portales para la realización de trámites, la declaración de impuestos, registro comercial, trámites aduaneros o compras públicas, entre otros. Las ocasiones de contacto de una empresa con la administración pública son múltiples y una vez que los servicios están en línea las empresas no tardan mucho en reconocer las ventajas utilizar esta misma vía en su gestión de negocios. En algunos países el gobierno ha adoptado reglamentaciones e implementado medidas cuyo fin es claramente acompañar y estimular a las PyMES en su proceso de digitalización.

La adopción de TIC por parte de las PyMES es un área en la cual aún no existe una amplia literatura empírica o teórica. Según un análisis de las PyMES japonesas, éstas adoptan tecnologías porque consideran que de esta manera pueden ser más eficientes, pero las barreras culturales (bajo convencimiento del valor agregado de la tecnología), son más fuertes que cualquier otro impedimento.

### Pequeñas y medianas empresas en Ecuador

En la economía nacional las PYMES tienen sus fortalezas en básicamente dos puntos importantes: contribución a la economía y capacidad de adaptación y redistribución, al no contar con muchos trabajadores.

De acuerdo Censo Económico 201017, las PYMES en nuestro país se dedican en a la producción de manufactura, la comercialización de bienes, y en la prestación de servicios, siendo la base del desarrollo social tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

En Ecuador, de acuerdo con el actual régimen legal: la ley de la Comunidad Andina de MIPYME, la Ley de Fomento Artesanal y la Ley de Fomento de la Pequeña Industrias, se estructuró una clasificación en la cual, se destaca los principales conceptos relacionados con las micros, pequeñas, medianas y grandes empresas. De acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

Microempresas: emplean hasta 9 trabajadores, y sus tramos de ingresos son de hasta 100 mil dólares anuales.

Pequeña Industria: puede tener hasta 49 obreros, y no sobrepasan los 300 mil dólares.

Mediana Industria: alberga de 199 obreros, y el tramo de ingresos no sobrepasa los 5 millones de dólares anuales.

Grandes Empresas: son aquellas que tienen más de 200 trabajadores y más de 5 millones de dólares en tramos de ingresos anuales.

Las PYMES se caracterizan por el uso intensivo de la mano de obra, escaso desarrollo tecnológico, baja división del trabajo, pequeño capital, baja productividad e ingreso, reducida capacidad de ahorro y limitado acceso a los servicios financieros y no financieros existentes. Además hay que recalcar que esta clasificación se ajusta perfectamente a la recomendada por la OIT.

Bajo un marco general, entre las principales características que presentan las PYMES del Ecuador, de acuerdo a los datos de las diferentes cámaras, se puede presentar que, en cuanto a ubicación geográfico, éstas se dan en gran concentración en las ciudades más pobladas; Quito, Guayaquil, quienes registran el 57% de los establecimientos; Azuay, Manabí y Tungurahua el 22%; y el resto de las diecisiete provincias el 21%.

**Cuadro 2.PYMES en Ecuador**

Número de empresas por región Región	Micro empresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Grande empresa	Total
Sierra	252116	9871	1730	7171	<b>270888</b>
Costa	200345	8019	1314	6490	<b>216168</b>
Amazonia	20859	710	126	731	<b>22426</b>
Región insular	1218	76	10	25	<b>1329</b>
Zona no delimitada	306	8	0	5	<b>319</b>
<b>Total</b>	<b>474844</b>	<b>18684</b>	<b>3180</b>	<b>14422</b>	<b>511130</b>

Fuente: CENEC 2010.

Elaboración: Andrea Escobar (Tesis de Economía, PUCE 2014)

Las situaciones actuales de las PYMES en el Ecuador requieren de: exigencias técnicas, de calidad y legales, presentan una escasa capacidad de negociación, por la inexistencia de estrategias globales de internacionalización, presentan insuficiente cantidad productiva para exportar, control y regulación de las normas de calidad ISO.

Según el Censo Nacional Económico del 2010, se registra que el 95% de las empresas a nivel nacional son micro

empresas, el 3.8% son pequeñas empresas, el 0.60% son medianas empresas u finalmente el 0.20% son grandes empresas. Esta clasificación hace alusión a la sugerida por la OIT (Organización Internacional del Trabajo), que es de acuerdo al número de trabajadores en el establecimiento.

Aunque el 68% de pymes ecuatorianas cuenta con ordenadores, el 82% tiene Internet y el 99% accede a la Red a través de banda ancha fija, aún no se alcanza una profundización en el uso del servicio. Esto se evidencia en el poco o medio uso que le dan para capacitación, contratación, videoconferencias, provisión de servicios, interacción con entidades estatales. A esta conclusión se llegó tras una investigación de mercado aplicada a 7 750 establecimientos segmentados por tipo de actividad (comercio, servicio, manufactura e información/comunicación) y tipo de establecimiento (microempresa, pequeña empresa y mediana empresa). Los resultados del estudio constan en el informe: Incidencias de las TIC en el sector empresarial del Ecuador, que se realizó en 11 ciudades del país: Ibarra, Santo Domingo, Quito, Ambato, Riobamba, Manta, Portoviejo, Guayaquil, Machala, Cuenca y Loja, por parte del Ministerio de Telecomunicaciones y fue presentado en enero 2014.

Los datos revelan que el Internet en los tres tipos de establecimientos se usa más para fines administrativos: enviar o recibir correos (99,1%) y obtener información de bienes y servicios (80,6%). En cuanto a la banca en línea (uso de servicios financieros), su utilización en la mediana y pequeña empresa es amplia, en el 78,2% y 68,5%, respectivamente, pero entre las microempresas su uso es intermedio, pues solo el 51,1% de estas lo usa. La provisión de servicios por la web está en un nivel medio, principalmente, en la microempresa (53,1%), seguida de la pequeña empresa (43,8%) y la mediana (35,2%).

La empresa Stevia Kinde, firma que elabora mermeladas sin azúcar endulzada con stevia, se incorporó desde esta semana al comercio electrónico para subir sus ventas. Desde el 13 de julio del 2015 utiliza la plataforma Linio para ofrecer productos en línea, la cual cobra una comisión por cada transacción. Stevia Kinde entrega estos pedidos en el domicilio de los clientes. El 14 de julio del 2015 hicieron el primer pedido, comenta Stalin Gómez, gerente de Ventas, quien además explica que las TICs también se utilizan para comunicación interna entre colaboradores, a través de e-mail, Google Docs y otras aplicaciones, lo cual les permite optimizar el tiempo.

Y, para comunicaciones externas, aprovechan las redes sociales. Gómez dice que un obstáculo en el país es que todavía no hay una cultura de compra en línea, pero poco a poco la gente confía en esta forma de comercio. El uso de TIC para videoconferencias, capacitación del personal y contratación interna y externa, que podrían reducir costos o mejorar la comunicación, muestra niveles bajos. La presencia en la web es mayor en medianas empresas. El uso de computadoras por tipo de pyme es más preocupante en las micro, pues apenas el 42,9% registra su utilización, pero pese a esta limitante el acceso a Internet en este grupo es mayor (72,4%). Aunque este acceso a la Red no se traslada mayormente en la recepción de pedidos por esta vía, pues apenas 26% registra solicitudes de clientes. En otras palabras, acceden al servicio, pero para usos básicos. En cuanto a la presencia de las pymes en la web, el tema es marginal; apenas la mitad de medianas empresas cuentan con una página institucional electrónica. Las microempresas son las que menos presentes están en la web, con apenas el 9,2%, mientras que las pequeñas alcanzan un 22,8%. Otro hallazgo: menos del 1,1% dispone de banda ancha móvil, es decir, aquel que se usa en los celulares, tablets y otros dispositivos.

Con ello, las pymes no tienen acceso a aplicaciones móviles para aumentar su productividad o comercio. El 99% accede a través de banda ancha fija. Andrés Hedian, jefe de Ventas de la microempresa Grani, considera que la modernización tecnológica de las empresas implica inversión y para una pyme este es un limitante. El negocio

fabrica raviolis, tortellinis, fettuccinis, casarecce... con rellenos de ricotta, espinaca, zapallo, hongos, alcachofa, carne y hasta cuatro tipos de quesos. La firma tiene presencia en la web. Además, utiliza redes sociales para promocionar sus productos, aunque su gestión requiere de tiempo e inversión. “Al no tener tiempo para actualizar siempre (las redes), se debe contratar a alguien para que lo haga por ti y eso cuesta”. Por otro lado, comenta, que softwares más completos son costosos. Según el académico Héctor Marcial, que expuso el uso de las TICs en el apoyo a la productividad en un foro organizado por el Observatorio de la Pyme en mayo pasado, falta difusión de las oportunidades de las TIC para las empresas, por ejemplo, en comercio electrónico, aplicaciones gratuitas, etc. Éstas últimas pueden ayudar a mejorar la comercialización, operación y producción.

### Importancia del problema

La Zona Norte de Manabí no cuenta con información sobre las tecnologías de la información en las pequeñas y medianas empresas, lo cual perjudica en establecer su línea base para la planificación adecuada para el desarrollo de estas empresas y de los territorios donde se desarrollan.

### Metodología

La investigación se realizó en la Zona Norte de la provincia de Manabí, que comprende los cantones El Carmen, Flavio Alfaro, Chone, Tosagua, Rocafuerte, Bolivar, Junín, Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales.

Se sustentó en la metodología descriptiva, se basa en una investigación y análisis de los resultados de las encuestas aplicadas, para poder describir la situación actual del uso de las tecnologías de la información y comunicación.

La muestra corresponde a un total de 120 empresas de la zona 4 del Ecuador.

$$n = \frac{N K^2 P Q}{e^2 (N - 1) + k^2 P Q}$$

$$n = \frac{5890 * 1.96^2 * 0.05 * 0.05}{0.0885^2 (5890 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.05}$$

$$n = \frac{5656.756}{47.0845203} \quad n = 120$$

Donde:

n	Tamaño de la muestra	
N	Tamaño de la población	160
K	Desviación estándar respecto a M	1,96
P	Proporción de M controlada	0,5
Q	(1-p)	0,5
e	Margen de error admitido	0,05

### Resultados

De la encuesta aplicada se pudo apreciar que principalmente el área que utiliza TICs y presenta equipamiento, es en el área de Comercialización y Marketing, donde se nota un mayor uso de la telefonía móvil, seguido del uso de correo electrónico.

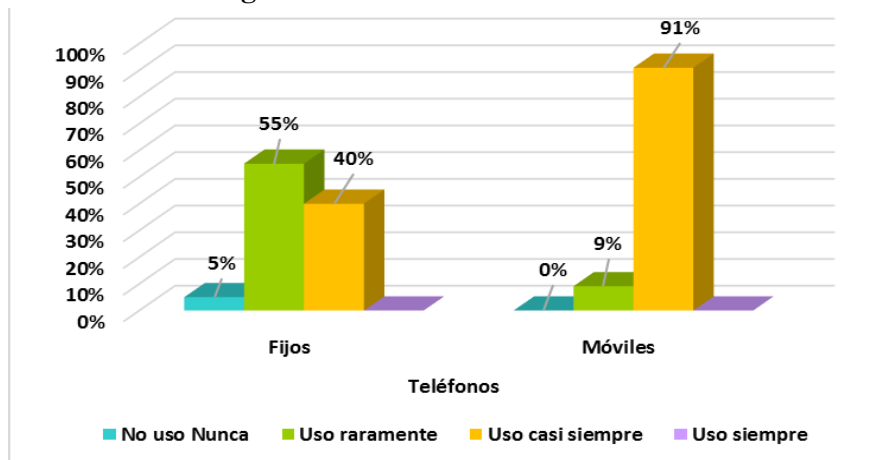
**Cuadro 3.** Áreas de la empresa con equipamiento y uso de TICs.

TICs (Tecnologías de la Información y Comunicaciones)	Administración / Contabilidad	Producción /	Logística / Compras	Comercialización / Marketing /
<b>Computadoras</b> , incluye el computador de mesa, otros dispositivos como por ejemplo: portátil, "PDA" Ayudante Personal Digital.	0%	0%	0%	3%
<b>Internet</b> (Red internacional para el intercambio de información)	0%	0%	0%	10%
<b>Intranet</b> (Red interna de una organización)	0%	0%	0%	0%
<b>Extranet</b> (Red cerrada que utiliza protocolos de internet, que permite a la empresa compartir información de forma segura con los socios, clientes y/o proveedores)	0%	0%	0%	0%
<b>Correo electrónico</b> (e-mail): Transmisión electrónica de mensajes.	0%	0%	0%	14%
<b>Telefonía móvil</b> para uso empresarial.	0%	0%	0%	72%
<b>Otras tecnologías</b> (GPS-Sistema georeferencial, TPV-Terminal punto de venta, etc.)	0%	0%	0%	0%

Fuente. Elaboración propia.

Respecto a la frecuencia con la que se utilizan algunos equipamientos, en las siguientes figuras se detallan cada una de ellas.

Figura 3. Frecuencia de uso de teléfonos.

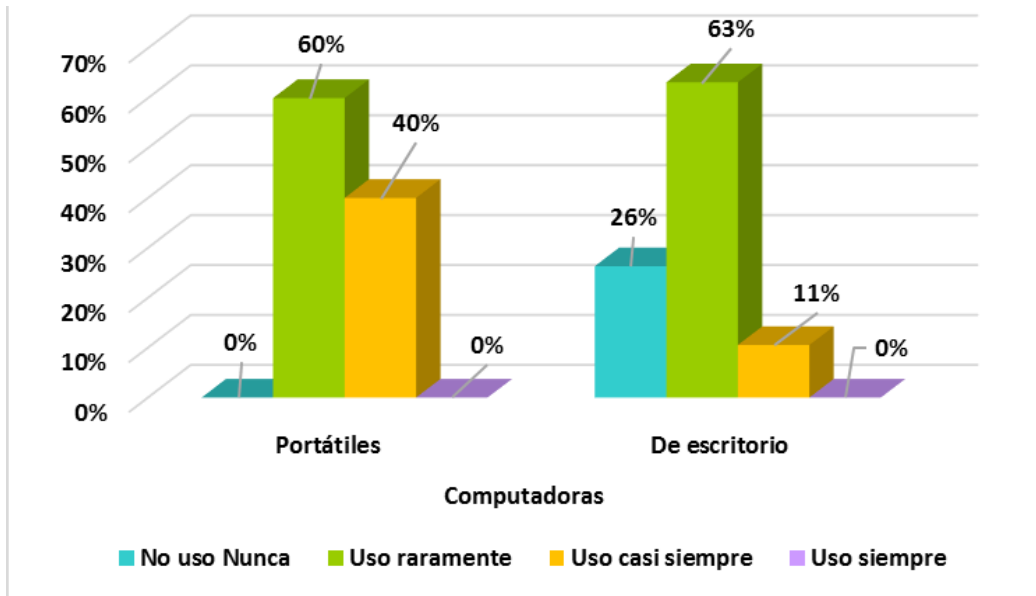


Fuente. Elaboración propia.

De acuerdo al uso de los teléfonos, principalmente se utilizan los móviles, donde su uso es muy frecuente, de casi uso diario.

Figura 4. Frecuencia de uso de computadoras

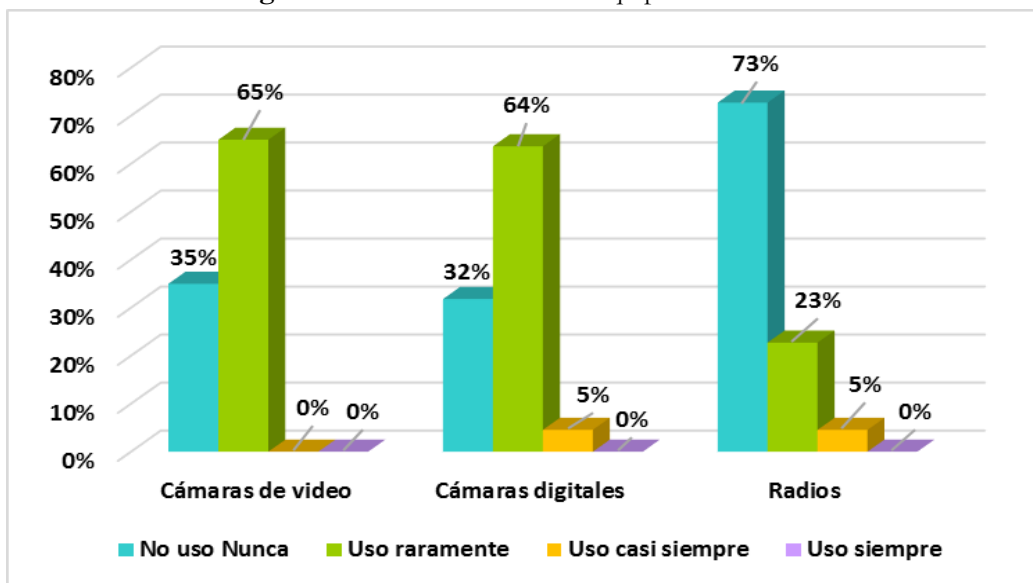




Fuente. Elaboración propia.

Respecto al uso de las computadoras, tanto portátiles como de escritorio, cerca del 60% de los encuestados señalaron que para ambos caso su uso es raro, sin embargo entre los dos, el que al menos manejan un poco más son la computadoras portátiles.

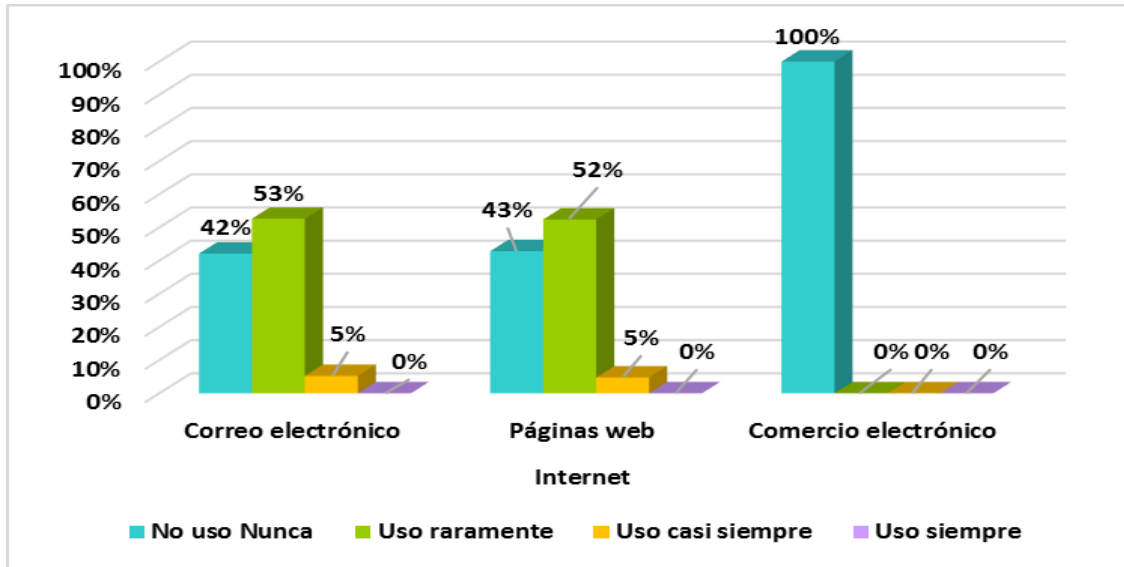
Figura 5. Frecuencia de uso de equipos de comunicación



Fuente. Elaboración propia.

Respecto a los equipos de comunicación, uno de cada tres de los encuestados ha señalado que las cámaras de video son usadas solo de manera ocasional, al igual que el uso de las cámaras digitales. Sin embargo, respecto a las radios, tres de cuatro empresarios señalaron que no lo utilizan.

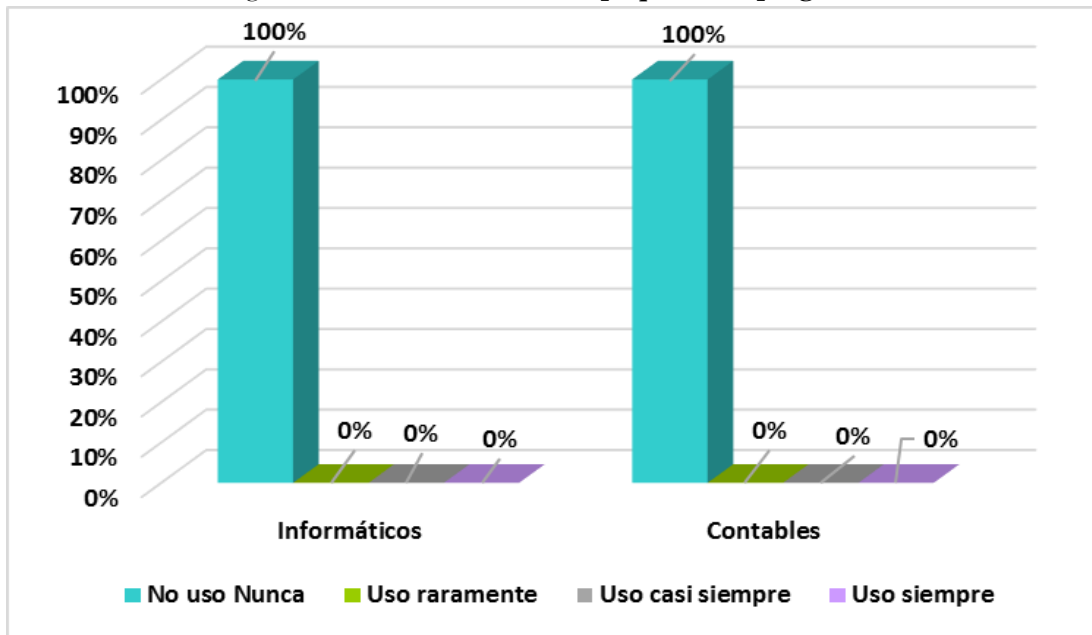
Figura 6. Frecuencia de uso de internet



Fuente. Elaboración propia.

De la figura anterior, se puede señalar que el principal uso que le dan al internet es al acceso de los correos electrónico y a las páginas, aunque sea solo de manera ocasional. Además, respecto al comercio electrónico, todos los encuestados afirmaron que nunca utilizan el internet para ello.

Figura 7. Frecuencia de uso de paquetes de programa.



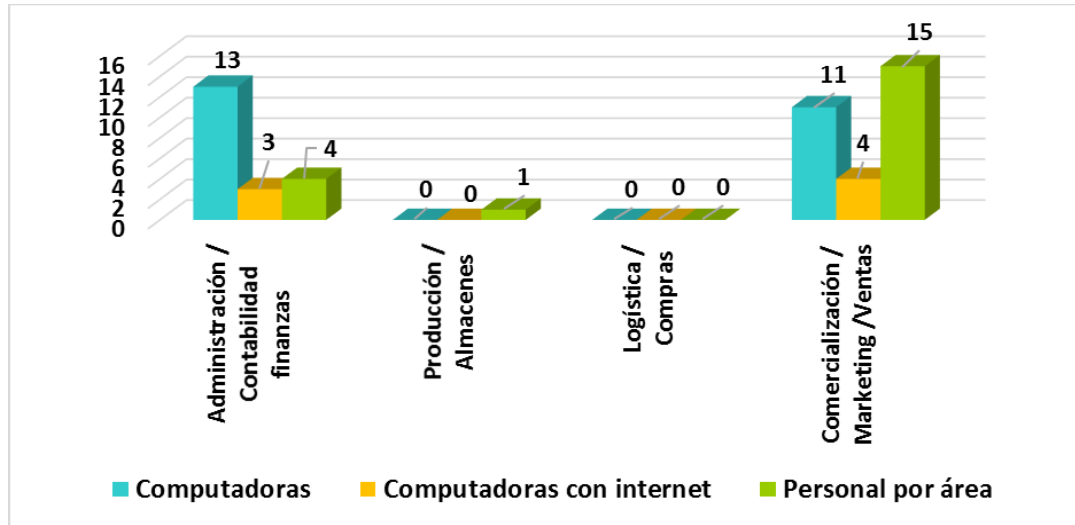
Fuente. Elaboración propia.

En cuanto al uso de paquetes de programa, los empresarios manifiestan que nunca los han utilizado, tanto los paquetes informáticos como los contables.

En la siguiente figura se puede apreciar el número de computadoras y personal con los que la empresa dispone en sus diferentes áreas. Teniendo la mayor cantidad de computadoras en el área de administración/contabilidad y finanzas, seguido del área de comercialización. Respecto al número de personal por área, la mayor cantidad se

encuentra presente en el área de comercialización.

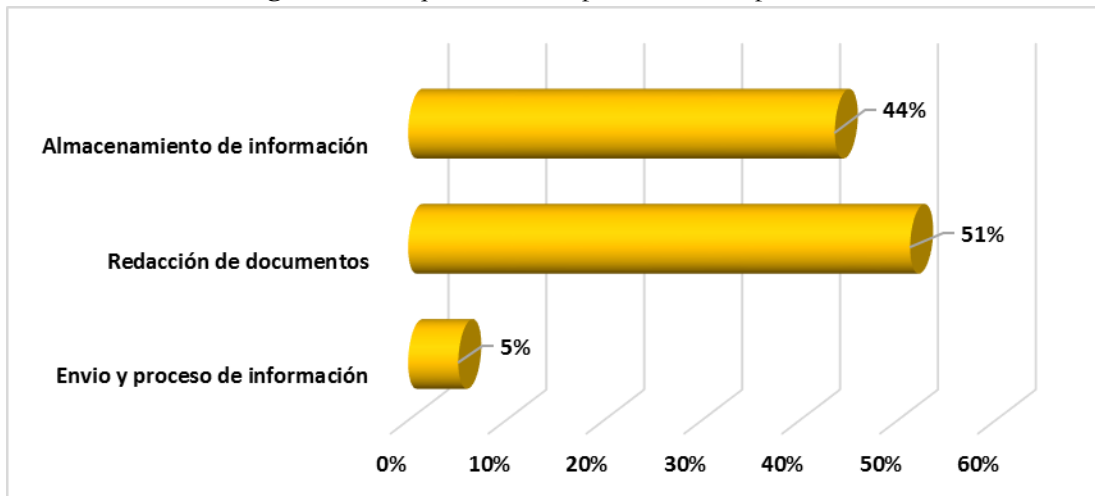
**Figura 8.** Numero de computadoras que dispone la empresa.



Fuente. Elaboración propia.

Uno de cada dos de los entrevistados manifiesta que el principal uso que le dan a las computadoras es para la redacción de documentos, seguido de su uso para almacenamiento de información, y en menor cuantía para enviar y procesar la información.

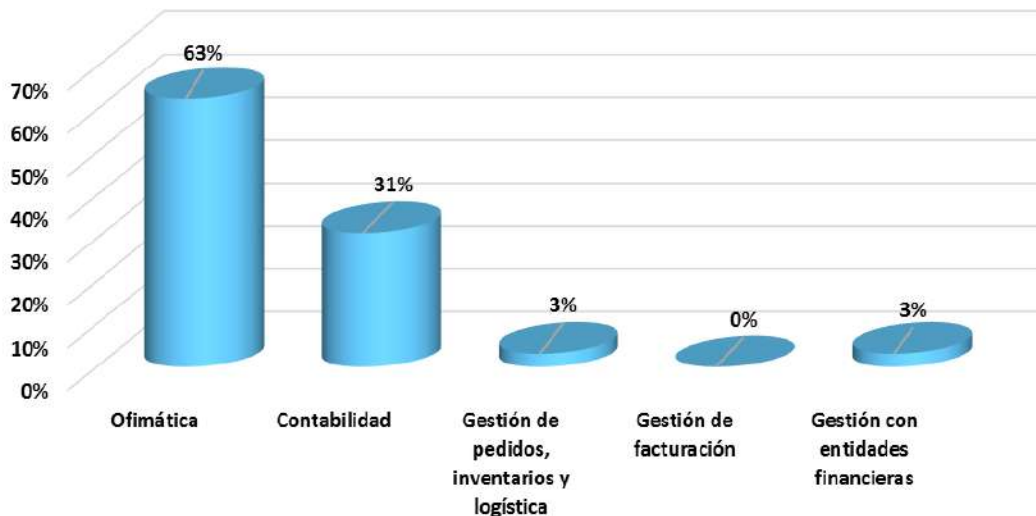
**Figura 9.** Uso que le da la empresa a las computadoras.



Fuente. Elaboración propia.

Entre las aplicaciones informáticas instaladas en las computadoras de las empresas se destaca ofimática con un 63%. Mientras que el 31% de las PYMEs que cuentan con computadoras han instalado programas contables, y un 3% realiza gestión de pedidos, inventarios y logística, al igual que gestión con entidades financieras.

**Figura 10.** Tipo de aplicaciones informáticas instaladas en las computadoras de las empresas.



Fuente. Elaboración propia.

### Conclusion

El uso de las TICs por parte de las PYMES de la zona 4 del Ecuador es escaso e inadecuado. Las empresas encuestadas aún se encuentran en el primer escalón de incorporación de las TICs, aquel escalón en el cual tienen apenas algunos elementos como teléfono fijo (40%) teléfono móvil (91%) internet (36%) pero no los usan completamente: comercio electrónico (0%) banca electrónica (0%). Además, existe una sub-utilización de los TICs pues solo es empleado para resolver acciones administrativas carentes de impacto en la cadena de valor. Esta circunstancia impacta negativamente en la competitividad empresarial de dichas empresas pues no generan una cadena de valor adecuada, no encuentran diferenciación de sus productos y tienen una mirada de corto plazo respecto a sus propios emprendimientos.

### Agradecimiento

Agradecimiento especial al Dr. Augusto Hidalgo Sánchez, tutor de tesis doctoral en Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Lima - Perú, que continuamente revisó ciertas teorías presentadas en esta investigación así como también los resultados compartidos.

### Referencias bibliográficas

- Asociación Latinoamericana de Integración. (2012). Caracterización y situación actual de Pymes exportadoras Ecuatorianas en los mercados de ALADI. Programa de Cooperación a favor de Ecuador. Montevideo. Obtenido de [http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/976268b0319cf31c032574a300528c83/dd21209967c297f503257a0c004eb811/\\$FILE/PMDER\\_031\\_2012\\_EC.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/976268b0319cf31c032574a300528c83/dd21209967c297f503257a0c004eb811/$FILE/PMDER_031_2012_EC.pdf)
- Celi, D., & Sánchez, D. (2010). El impacto de las Tic's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador, sector 2 del Cantón Loja, provincia de Loja, año 2010. [Tesis de ingeniero en administración de empresas]. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Cuñis, F. (2016). Implementación de las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación TICs y su incidencia en el desarrollo económico de las pymes sector hotelero de la ciudad de Riobamba, periodo 2014-2015. (Tesis de Maestría). Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Fonseca, D. (2012). La prospectiva y el conocimiento de las TICS en las PYMES del departamento de Boyacá - Colombia. *Pensamiento & Gestión*, 182-202.

El Comercio. <http://www.elcomercio.com/actualidad/pymes-internet-ecuador-tecnologia-empresas.html>.

Gabriela, J., & Katherine, G. (2013). Impacto de la Oferta y Consumo de productos y/o servicios tecnológicos en las familias del Cantón Quito, para el periodo 2006-2011. (Tesis de Licenciatura). Quito: Universidad Politécnica Salesiana .

Gimeno, V. (2010). La influencia de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y su repercusión en las estrategias empresariales. La banca online y su aplicación en las cooperativas de crédito. [Tesis doctoral]. Valencia: Universitat de Valencia: Facultad de Economía.

Hidalgo, M., Proaño, C., & Sandoval, M. (2011). Evaluación del uso de las tics en el desempeño de las Pymes ubicadas en la zona urbana de la ciudad de Latacunga. [Tesis de maestría]. Latacunga: Escuela Politecnica del Ejército: extensión Latacunga.

Katz, R. (2009). El Papel de las TIC en el Desarrollo: propuesta de América Latina a los retos económicos actuales. Madrid: Fundación Telefónica.

Maldonado, G., Martínez, M. d., García, D., Aguilera, L., & Gozález, M. (2010). La influencia de las TICs en el rendimiento de la Pyme de Aguascalientes. *Investigación y Ciencia*, 57-65. Obtenido de <http://www.uaa.mx/investigacion/revista/archivo/revista47/Articulo%207.pdf>

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información. (2014). *Tecnologías de la información y comunicaciones para el desarrollo*. Ecuador.

Muñoz, J. (2004). La influencia de las tecnologías de la información y las comunicaciones en las Pymes del sector textil. Efecto de la implantación del comercio electrónico. [Tesis de doctor]. Alcoy: Universitat Politècnica de Valencia: Departamento de Ingeniería Textil y Papelera.

Romero, J. (2011). El impacto de las TICs en el desempeño de las PYMES en Ecuador, Cantón Riobamba provincia del Chimborazo, año 2010. (Tesis de Licenciatura). Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.

Rovira, S., Santoleri, P., & Stumpo, G. (2013). Incorporación de TIC en el sector productivo: uso y desuso de las políticas públicas para favorecer su difusión . Chile: Naciones Unidas; CEPAL.

Servicio de Rentas Internas. (2016). PYMES. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/web/guest/que-es-el-sri;jsessionid=6IazxxXa-fcYLxDn3gM2n8Z9>

# La cultura organizacional y la innovación para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) de la provincia del Guayas-Ecuador

**Orly Carvache Franco**

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  
lorly.carvache@cu.ucsg.edu.ec

**Camilo Frías Casco**

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  
camilo.frias@cu.ucsg.edu.ec

**Glenda Gutierrez Candela**

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  
glenda.gutierrez@cu.ucsg.edu.ec

## Resumen

El objeto de este artículo es la relación de la cultura organizacional y la innovación, ya que la innovación es un factor importante para la competitividad y la internacionalización de las pymes. La investigación es mixta. La parte cuantitativa se realizó con una encuesta y una muestra de 126 pymes y la parte cualitativa se realizó con entrevistas de profundidad a cinco pymes. Como conclusiones y resultados se obtuvo que la cultura organizacional tiene una correlación positiva de 0,295 con la competitividad y de 0,362 con la innovación. Estos resultados indican que la cultura organizacional tiene una incidencia baja en la innovación y la competitividad. En el análisis descriptivo la cultura organizacional medida en una escala de 1 a 4, tuvo una media de 2,56 lo que se interpreta como la existencia de la necesidad de mejorar la cultura organizacional. El artículo desarrolla un marco teórico sobre la cultura organizacional para la innovación y la internacionalización de las Pymes. Considerando la literatura especializada y los resultados obtenidos, se elaboró un grupo de recomendaciones o directrices para mejorar la cultura organizacional dirigida a la innovación e internacionalización de las pymes.

## Abstract

The purpose of this article is the relationship of organizational culture and innovation, since innovation is an important factor for the competitiveness and internationalization of SMEs. The research is mixed. The quantitative part was carried out with a survey and a sample of 126 SMEs and the qualitative part was carried out with in depth interviews to five SMEs. As conclusions and results it was obtained that the organizational culture has a positive correlation of 0.295 with competitiveness and of 0.362 with innovation. These results indicate that organizational culture has a low incidence on innovation and competitiveness. In the descriptive analysis the organizational culture measured on a scale of 1 to 4, had an average of 2.56 which is interpreted as the existence of the need to improve the organizational culture. The article develops a theoretical framework on the organizational culture for innovation and the internationalization of SMEs. Considering the specialized literature and the results obtained, a group of recommendations or guidelines was developed to improve the organizational culture aimed at innovation and internationalization of SMEs.

## Introducción

Existen estudios que han analizado la relación entre la cultura organización y la innovación en los países desarrollados. Se requiere ampliar los conocimientos y examinar la relación de la cultura organizacional y la innovación en los países en desarrollo y latino americanos. Esta investigación analiza la relación entre la cultura

organizacional y la innovación en las pymes exportadoras y se enfocan en su internacionalización, y tiene como pregunta de investigación: ¿Cómo se relaciona la cultura organizacional y la innovación en las pequeñas y medianas empresas (pymes) exportadoras de la provincia del Guayas- Ecuador?

Otras preguntas complementarias que surgen es sobre los tipos de culturas organizacionales: ¿Es la cultura adhocrática la que presenta mayor incidencia sobre la innovación? ¿Son los *valores de la empresa, el aprendizaje organizacional y el empowerment, los determinantes de la cultura organizacional que tienen mayor incidencia sobre la innovación?*

La importancia de esta investigación radica en que la cultura organizacional es uno de los factores claves de la innovación de las empresas ya que la cultura organizacional puede fomentar o frenar la innovación en las empresas (Naranjo-Valencia, Jiménez-Jiménez, & Sanz-Valle, 2016; Satsomboon & Pruetipibultham, 2014). La innovación es un factor importante para la competitividad empresarial y el rendimiento financiero de las empresas.

La evidencia empírica de varios estudios sobre la relación positiva de la cultura organizacional y la innovación, hace necesario analizar dicha relación en un ambiente de la cultura organizacional de países latino americanos, porque la cultura organizacional es la que influye y conduce a los equipos de trabajo a desarrollar una cultura innovadora necesaria para incrementar la capacidad de innovación de las empresas para crear o mejorar nuevos productos y servicios para satisfacer a su mercado cambiante y de esta manera mejorar la competitividad empresarial y la internacionalización.

La importancia de la investigación también radica en conocer si la cultura organizacional ad hocrática es la que presenta más incidencia positiva sobre la innovación, y conocer los determinantes de la cultura organizacional que tienen mayor incidencia sobre la innovación como los valores, el aprendizaje organizacional y el empowerment. Este conocimiento permitirá a Administradores y Gerentes encaminar a las empresas a implementar este tipo de cultura organizacional adhocrática y a gestionar el fortalecimiento de valores, el aprendizaje organizacional y el empowerment como determinantes fundamentales para obtener una cultura innovadora que permita mejorar la competitividad de las empresas.

### Metodología

La metodología utilizada en la investigación fue mixta secuencial: cuantitativa y cualitativa. La muestra fue de 128 pymes exportadoras de la Provincia del Guayas-Ecuador. La selección de las pymes se realizó por conveniencia, encuestando a pymes de los más importantes sectores exportadores de la Provincia del Guayas: sector de flores, sector de manufactura textil, sector de productos farmacéuticos y químicos, sector de productos de origen minerales metálicos y no metálicos, sector de madera y derivados, sector de cacao y elaborados, sector de banano y plátano, sector de productos vegetales frescos y congelados, sector de plásticos, sector de café y derivados, sector de alimentos procesados, sector de alimentos y productos de origen animal (acuicultura y pesca).

Para la investigación cuantitativa se realizó una encuesta que incluía la siguiente pregunta ¿La empresa tiene una cultura organizacional adecuada para la internacionalización?, considerando que cultura organizacional adecuada es aquella que facilite la innovación orientada a la internacionalización de las Pymes. Para obtener los constructos de la competitividad y la innovación se realizaron un grupo de preguntas y a través de análisis factorial se obtuvieron factores que representan los constructos de la competitividad y la innovación. Posteriormente se realizó un análisis de correlación entre la variable cultura organizacional y la innovación, así como también entre la cultura organizacional y la competitividad usando SPSS.

La investigación cualitativa se realizó a través de entrevistas de profundidad a cinco pymes con la finalidad de obtener información adicional a la encuesta de la investigación realizada. Para las entrevistas en profundidad se diseñó un protocolo que incluyó la pregunta ¿De qué manera los recursos humanos apoyan o dificultan la innovación en su empresa?, durante las entrevistas se formularon otras preguntas adicionales orientadas a obtener información complementaria sobre la cultura organizacional que tiene la empresa.

## **Conclusiones y Resultados**

### **Revisión de la literatura**

#### **Cultura organizacional**

Según Ul Hassan, Shaukat, Shakeel, y Imran (2012) la cultura organizacional está compuesta por: la misión, los valores, el aprendizaje organizacional y empowerment, siendo de mayor incidencia los valores, el aprendizaje organizacional y el empowerment. **Mirón, Erez, y Naveh (2004)** mencionaron que la cultura organizacional como un conjunto de costumbres, valores, compartidos que practican los miembros de una empresa, la forma común de pensar y desarrollarse del equipo de trabajo de una empresa, está cultura depende del nivel de homogeneidad de los miembros de sus percepciones y creencias.

#### **La innovación**

OCDE(2005) mencionó que la innovación puede ser innovación de productos, de procesos, de comercialización y organizacionales, definiendo la innovación de productos como la introducción de un nuevo o mejorado bien o servicio al mercado, mientras que las innovaciones de procesos son aquellas que logran cambios significativos en los procesos como un cambio en las técnicas, los materiales, programas informáticos, que tengan como objeto mejorar la calidad, disminuir costos, mejorar producción o distribución de los productos. OCDE (2005) clasificó las innovaciones en radicales e incrementales siendo las radicales las que producen un nuevo bien o servicio mientras que las innovaciones incrementales son innovaciones generalmente que incrementan mejoras, siendo las innovaciones radicales producen más ventaja competitiva ya que influyen en el mercado con una novedad, mientras que las incrementales son presentadas al mercado como mayores valores agregados al producto, en un mundo cambiante y globalizado las innovaciones radicales son mejores apreciadas que las incrementales.

La innovación tiene un importante rol para la empresa ya que es considerada un factor importante para la competitividad empresarial (Porter, 1990; Schumpeter, 1957) ya que dicha capacidad de innovar es la que permite a las empresas adaptarse a las necesidades y exigencias de los mercados cada vez más globalizados. La innovación es considerada un proceso y de practica permanente ya que no se la logra de un momento a otro en la organización, sino a través de la gestión de proceso. Drucker (1985) describió la innovación como una práctica empresarial sistémica, es decir que corresponde a una práctica permanente gestionada como un proceso al interior de la organización que se retroalimenta permanente de sus resultados. **La innovación tiene directa relación con el rendimiento financiero de la firma, de hecho se considera que a las firmas innovadoras como empresas con mayor capacidad de producir rendimiento financiero (Atalay, Anafarta, & Sarvan, 2013) por su mayor capacidad de competir y adaptarse a los mercados.**

#### **La cultura organizacional y la innovación**

Hartmann (2006) mencionó que la cultura para la innovación debe ser un valor fundamental para la empresa, al convertirse en un valor fundamental se influirá en el comportamiento de los trabajadores, esto impulsa a los trabajadores a buscar la innovación. De acuerdo a Lukić, Džamić, Knežević, Alčaković, y Bošković (2014) es



ese valor fundamental que adquiere la innovación en la empresa lo que afecta positivamente la innovación ya que no toda cultura organizacional impulsa positivamente la innovación, por lo que la innovación es un valor fundamental a inducir y fortalecer en las empresas.

Ul Hassan et al. (2012) señalaron que hay una relación entre innovación y los valores, el aprendizaje organizacional y el empowerment. Mientras que Candía, Coliñanco, Caro y Hernández (2014) mencionaron al liderazgo y la cultura organizacional como los elementos para fortalecer los valores en la empresa enfocados en la innovación y el aprendizaje organizacional. Referente al Liderazgo Shafie, Siti-Nabiha, y Cheng Ling (2014) señalaron que existe relación entre liderazgo y la innovación, de tal manera que la cultura organizacional y el liderazgo juegan un rol importante al conducir a los recursos humanos a la innovación.

La cultura organizacional basada en la adhocrácia son mejores orientadas a la innovación que otras como la jerárquica que es menos orientada a la innovación, la cultura adhocrática es una cultura donde todos los miembros de la organización tienen autoridad para tomar decisiones, la cultura organizacional basada en la adhocrácia es un predictor de la innovación (Leal-Rodríguez, Ariza-Montes, Morales-Fernández, & Eldridge, 2015; **Naranjo-Valencia et al., 2016**).

Candía et al. (2014) mencionaron que existen diversas formas de gestionar la innovación en la empresa dependiendo de la cultura organizacional y del liderazgo, señalaron que existen algunos principios para gestionar la innovación como estimular el pensamiento disruptivo en los trabajadores y que los trabajadores actúen con conocimiento de las fuentes de innovación. Es pensamiento disruptivo cuando los trabajadores están a la búsqueda constante de cambios para mejorar e innovar en los procesos de la empresa.

Da Costa, Páez, Sánchez, Gondim, y Rodríguez (2014) señalaron que existen factores psicosociales que se asocian a la creatividad en el ámbito organizacional, mencionando que existen tres dimensiones de la estructura organizacional que se han asociado a la innovación: la integración organizacional, la existencia de recursos organizacionales y la flexibilidad organizacional, mientras que Lukić et al. (2014) señalaron la existencia de los ambientes creativos, los cuales demandan tres tipos de soportes: cuando los administradores estimulan nuevas ideas creativas; el soporte de los supervisores es enfocado en la creatividad; los equipos de trabajo desarrollan miembros con distintas experiencias abierto a nuevas ideas. Murillo (2009) determinó que la creatividad es un requisito de la innovación, definió que el conocimiento es un recurso, y que el aprendizaje es un proceso de varias etapas, y para incorporar la innovación menciona que se requiere de conocimiento, aprendizaje y creatividad.

Du Plessis (2007) señaló que la administración del conocimiento es una planificada estructura para manejar la creación, compartir y obtener beneficios del conocimiento, como un activo organizacional, para habilitar a la empresa a incrementar su capacidad de mejorar e innovar sus productos y servicios para beneficios de los clientes y para lograr el mejoramiento del posicionamiento estratégico, siendo esta administración del conocimiento en múltiples perspectivas a nivel de procesos, cultura organizacional y tecnología.

### **La innovación y la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (Pymes)**

Diversos estudios han presentado evidencia de la relación entre innovación e internacionalización de las pymes en Latino América. Escandón y Hurtado (2014) concluyeron que la innovación es una variable que influye en la temprana internacionalización de las PyMEs. Estrada Bárcenas, García Pérez de Lema y Sánchez Trejo (2009) mencionan que las pymes altamente competitivas son aquellas que innovan y tienen un nivel tecnológico

superior. Milesi y Aggio (2008) señalaron que las exportadoras exitosas presentan mayor propensión a innovar.

Como resultados de la investigación cuantitativa se obtuvo que la cultura organizacional tenía una correlación positiva de 0,295 con la competitividad en las pymes y además que existía una correlación positiva de 0,362 entre la cultura organizacional y la innovación. Estos resultados indican que la cultura organizacional en las pymes exportadoras de la Provincia del Guayas tiene una incidencia baja en la innovación y la competitividad. En el análisis descriptivo la cultura organizacional medida en una escala de 1 a 4, tuvo una media de 2,56 y la desviación estándar de 1,04, lo que se interpreta en la necesidad de mejorar la cultura organizacional. En la investigación cualitativa se observó que los valores de la empresa, el aprendizaje organizacional y el empoderamiento son factores importantes y relacionados a la cultura organizacional en las pymes innovadoras.

El análisis realizado, considerando los resultados de la investigación cuantitativa y cualitativa y el marco teórico presentado, concluye que diversos factores contribuyen en las pymes al fortalecimiento de la capacidad innovadora de las pymes exportadoras de la Provincia del Guayas, estos factores son: la cultura organizacional, la creatividad, la gestión del conocimiento, la tecnología de la información y el liderazgo.

Varias directrices se recomiendan implementar para mejorar la cultura organizacional en las pymes exportadoras para mejorar el desempeño innovador y la internacionalización. Al plantear este grupo de directrices se consideró los diversos sectores y mercados (países donde exportan) en que participan las pymes (sector de flores, sector de manufactura textil, sector de productos farmacéuticos y químicos, sector de productos de origen minerales metálicos y no metálicos, sector de madera y derivados, sector de cacao y elaborados, sector de banano y plátano, sector de productos vegetales frescos y congelados, sector de plásticos, sector de café y derivados, sector de alimentos procesados, sector de alimentos y productos de origen animal) los cuales podrían tener distintos niveles de competitividad y distintos objetivos de innovación en los mercados de exportación lo cual induce a recomendar que las culturas organizacionales a implementar deben ser adaptadas a las propias características del sector donde se desenvuelve la empresa especialmente la competitividad, y de sus objetivos de innovación.

*Las directrices generales para mejorar la cultura organizacional que se recomiendan implementar en las pymes exportadoras son:*

- a) *Implementar la misión y valores en la organización ya que se observó que en muchas pymes no los conocen sus trabajadores, en otras pymes no se encuentran definidos.*
- b) *Implementar la cultura adhocrática donde todos los miembros de la organización tienen autoridad para tomar decisiones, lo que favorece la innovación. Lo cual se relaciona con el empoderamiento. La cultura adhocrática es un factor determinante para la innovación.*
- c) *Mejora el liderazgo enfocado en la innovación e impulsando la innovación como un valor fundamental en la empresa. El liderazgo debe impulsar la misión, y los valores fundamentales en la empresa que forman parte de la cultura organizacional.*
- d) *Impulsar factores como el desarrollo de la creatividad (Da Costa et al., 2014; Murillo, 2009) y la gestión del conocimiento y la tecnología (Carneiro, 2000), para lo cual es necesario el impulso de los sistemas de gestión del conocimiento en las pymes que conviertan al conocimiento existente en un activo organizacional y encaminen la innovación al potencializar los recursos humanos (Carneiro, 2000).*
- e) *Establecer ambientes creativos para la innovación en el que los administradores estimulen las ideas creativas y desarrollen los equipos de trabajo (Lukić et al., 2014)*
- f) *Estimular el pensamiento disruptivo entre los trabajadores para actuar con conocimiento de las fuentes de innovación es decir una búsqueda constante de cambios para mejorar e innovar en los procesos de la empresa (Candía et al., 2014).*

## Referencias bibliográficas

- Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. (2013). The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 75(The Second International Conference on Leadership, Technology and Innovation Management (2012)), 226-235. doi:10.1016/j.sbspro.2013.04.026
- Candía, J. G., Coliñanco, L. G., Caro, C. L., & Hernández, N. R. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Pensamiento & Gestión*, (36), 107-133. doi:10.14482/pege.36.5567
- Carneiro, A. (2000). How does knowledge management influence innovation and competitiveness? *Journal of Knowledge Management*, 4(2), 87-98.
- Da Costa, S., Páez, D., Sánchez, F., Gondim, S., & Rodríguez, M. (2014). Factors favoring innovation in organizations: An integration of meta-analyses. *Revista De Psicología Del Trabajo y de las Organizaciones*, 3067-74. doi:10.1016/j.rpto.2014.06.006
- Du Plessis, M. (2007). The role of knowledge management in innovation. Retrieved from [http://137.215.9.22/bitstream/handle/2263/5785/DuPlessis\\_Role%282007%29.pdf?sequence=1](http://137.215.9.22/bitstream/handle/2263/5785/DuPlessis_Role%282007%29.pdf?sequence=1)
- Drucker, P.F. (1985). *La Innovación y el empresariado innovador: la práctica y los principios*, ed. Edhasa. Clásicos del Management. Barcelona: Apóstrofe.
- Escandón, D. M., & Hurtado, A. (2014). Los determinantes de la orientación exportadora y los resultados en las Pymes exportadoras en Colombia (Vol. 30).
- Estrada Bárcenas, R., García Pérez de Lema, D., & Sánchez Trejo, V. G. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México. *Revista Venezolana de gerencia*, 14(46).
- HARTMANN, A. (2006). THE ROLE OF ORGANIZATIONAL CULTURE IN MOTIVATING INNOVATIVE BEHAVIOUR IN CONSTRUCTION FIRMS. *CONSTRUCTION INNOVATION* 6(3), 159-172.
- Leal-Rodríguez, A., Ariza-Montes, J. A., Morales-Fernández, E., & Eldridge, S. (2015). *The Effects of Organizational Culture Typologies on Unlearning and Innovation Capabilities. Proceedings Of The European Conference On Intellectual Capital*, 217-226.
- Lukić, T., Džamić, V., Knežević, G., Alčaković, S., & Bošković, V. (2014). The Influence of Organizational Culture on Business Creativity, Innovation and Satisfaction. *Management (1820-0222)*, (73), 49-57. doi:10.7595/management.fon.2014.0027
- Mirón, E., Erez, M., & Naveh, E. (2004). Do Personal Characteristics and Cultural Values That Promote Innovation, Quality, and Efficiency Compete or Complement Each Other?. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 175-179.
- Milesi, D., & Aggio, C. (2008). Éxito exportador, innovación e impacto social: Un estudio exploratorio de PYMES exportadoras latinoamericanas. Inter-American Development Bank.
- Murillo, G. (2009). *Conocimiento e innovación en los procesos de transformación organizacional: El caso de las organizaciones bancarias en Colombia. (Knowledge and Innovation of Organizational Transformation Processes: The Case Study of Banking Organizations in Colombia. With English summary.)*. *Estudios Gerenciales*, 25(112), 71-100.
- Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2016). Original article: Studying the links between organizational culture, innovation, and performance in Spanish companies. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 4830-41. doi:10.1016/j.rlp.2015.09.009
- OECD (2005): *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 3d. ed., OECD/EC.
- Porter, M. (1990). The competitive advantage of the nations. *Harvard Business Review*. March -April 1990.
- Satsomboon, W., & Pruetipibultham, O. (2014). *Creating an organizational culture of innovation: case studies of Japanese*

*multinational companies in Thailand. Human Resource Development International, 17(1), 110-120. doi:10.1080/13678868.2013.812330*

*Shafie, S. B., Siti-Nabiba, A. K., & Cheng Ling, T. (2014). Organizational culture, transformational leadership and product innovation: a conceptual review. International Journal Of Organizational Innovation, 730-43.*

Schumpeter, j. (1957). Teoría del desenvolvimiento económico. Tercera Edición. Ed. Fondo de Cultura Económica. México.

*Ul Hassan, M., Shaukat, S., Shakeel, M., & Imran, M. (2012). Interrelations between Organizational Culture, Innovation and Employee Performance: Evidence from Banking Sector of Pakistan. Pakistan Journal Of Social Sciences (PJSS), 32(2), 339-355.*

# Emprendimiento de una PYME dedicada a la producción y comercialización de café en saquitos filtrantes en la ciudad de Jipijapa.

**Omar Gabriel Mejía Flores**

Universidad de Guayaquil

omar.mejiaf@ug.edu.ec

**Wendy Nathaly Espinoza Espinoza**

Universidad de Guayaquil

wendy.espinozaes@ug.edu.ec

**Guillermo Isaac Castillo Tumaille**

Universidad de Guayaquil

guillermo.castillotu@gu.edu.ec

## Resumen

El pueblo ecuatoriano ha efectuado cambios de transformación en la economía y en lo social, centrado en el ser humano. El estudio tiene como objetivo: "Proponer una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en saquitos filtrantes en la ciudad de Jipijapa". De esta forma se estará promoviendo el emprendimiento y la productividad de la industria cafetalera. En el presente proyecto de producción y comercialización de café en saquitos filtrantes, se realizó una investigación documental y explicativa con un diseño de campo, analizando los gustos y preferencias del café, se efectuó una encuesta para la investigación de mercado en la ciudad de Jipijapa. Como resultado el estudio de mercado arrojó que se obtuvo respuesta aceptable por los encuestados en el cual las personas que consumen mayor café es el sexo femenino con un 64%, consumiendo el 43% todos los días, el 61% en el hogar, adquiriéndolo en las tiendas con un 29% y en los supermercados un 53%, se obtuvo respuesta viable para la implementación del proyecto. Se determinó la demanda el 1,53% de la muestra tomada quienes son los principales clientes a consumir el producto siendo así la demanda mensual de 11.151 cajas que contienen 25 sobres filtrantes de café orgánico, para ofertar el producto mediante promociones y publicidad captando el segmento del mercado. Con el análisis financiero se propone la liquidez, solvencia, gestión y rentabilidad económica, financiera y comercial demostrando el beneficio de la inversión. Como conclusión se determinó que si existe la factibilidad técnico económica de implementar esta empresa en la ciudad de Jipijapa.

**Palabras claves:** Producción, Comercialización, café orgánico, saquitos filtrantes.

## Abstract

The Ecuadorian people have made transformational changes in the economy and in the social, centered on the human being. The study aims to "Propose a microenterprise dedicated to the production and marketing of coffee in filter bags in the city of Jipijapa." This will promote the entrepreneurship and productivity of the coffee industry. In the present project of production and commercialization of coffee in filter bags, a documentary and explanatory research was carried out with a field design, analyzing the tastes and preferences of the coffee, a survey was carried out for the Market Research in the city of Jipijapa. As a result, the market study showed that the respondents had an acceptable response in which the persons who consumed the most coffee were women with 64%, consuming 43% every day, 61% in the household, buying it in The stores with 29% and supermarkets 53%, a viable response was obtained for the implementation of the project. The demand was determined by 1.53% of the sample taken who are the main customers to consume the product, thus the monthly demand of

11,151 boxes containing 25 organic coffee filtering sachets, to offer the product through promotions and advertising capturing the segment From the market. The financial analysis proposes liquidity, solvency, management and economic, financial and commercial profitability demonstrating the benefit of the investment. As a conclusion, it was determined that if there is the technical feasibility of implementing this company in the city of Jipijapa.

**Keywords:** Microenterprise; Entrepreneurship; Organic coffee, Marketing.

## Introducción

La economía ecuatoriana se ha caracterizado por ser proveedora de materias primas en el mercado internacional y al mismo tiempo importadora de bienes y servicios de mayor valor agregado. El Ecuador se encuentra en una situación de intercambio sumamente desigual por el creciente diferencial entre los precios de las materias primas y los productos con mayor valor agregado y alta tecnología, (Aaker, 2001). Este evento ha generado cambios en los precios internacionales de materias primas, así como su creciente diferencia frente a los precios de los productos de mayor valor agregado y alta tecnología, han colocado a la economía ecuatoriana en una situación de intercambio desigual sujeta a los valores del mercado mundial.

Consciente de esta situación, el gobierno, impulso un proceso de cambio del patrón de especialización productiva de la economía que le permita al país generar mayor valor agregado a su producción en el marco de la construcción de una sociedad del conocimiento. Esto obliga al país a profundizar la explotación de sus recursos naturales únicamente para tratar de mantener sus ingresos y sus patrones de consumo, (.Amaya Amaya, 2005). La tendencia del mercado mundial de alimentos y bebidas, entre ellos del café tradicional, se orienta hacia el incremento de productos orgánicos. Esta creciente demanda se basa en la preocupación de los consumidores por proteger su salud debido a que el consumo excesivo de este producto provoca efectos negativos como ansiedad e insomnio, gastritis, irritabilidad, irregularidad en la circulación sanguínea, diabetes y otros, además en la mayor conciencia ecológica por promover sistemas productivos sostenibles en las órdenes económico, social y ecológico.

Por lo tanto, es importante que los consumidores cuenten con alternativas de presentación y de preparación de café orgánico. (Ayala Molina, 2011). La manera tradicional de tomar café utiliza el sistema de pasar los granos por filtros, sin embargo, presenta algunas desventajas. El café tostado y molido, sea orgánico o no, que es pasado por filtros, es aceptado por los clientes pero presenta dificultades para que se consuma con mayor frecuencia por la demora en su preparación y por el desperdicio de café que podría representar la preparación en una cafetera completa. Para degustar un buen café hay que hervir el agua y pasarlo gota a gota. Hoy existen muy buenas máquinas que preparan café americano, café expreso, capuchino, mokaccino; sin embargo, su costo es bastante elevado y no justifica darle un uso doméstico. (Barquero, 2010).

El gobierno ecuatoriano en forma continua, está trabajando para facilitar la producción y comercialización del café mejorando las carreteras y vías de penetración de manera que los cultivos de las tierras altas pueda llegar a los puertos de embarque sin perder su calidad y frescura, (Belío Galindo& Sainz Andrés, 2007). Es así como surge esta idea innovadora, en la cual se pueda ofrecer al mercado ecuatoriano una manera más práctica de tomar el café orgánico, tostado y molido, sin necesidad de que gasten demasiado tiempo en prepararlo, mediante la presentación de sobres filtrantes, (Bird, 2008). Este producto facilitará el consumo por su rapidez en la preparación. El café orgánico es aquel grano que se cultiva sin pesticidas, ni químicos, ya que su producción es de manera natural, el consumo de este producto influye notablemente a la salud de las personas ya que cuentan con propiedades y elementos que lo diferencia de un café tradicional, (Blas Jiménez, 2014).

Este producto (café orgánico) por ser natural es más saludable para el ser humano, ayuda a prevenir el envejecimiento celular prematuro, disminuye la concentración de azúcar en la sangre, previene la formación de cálculos renales y biliares, ayuda a sobrellevar la depresión y también reduce el dolor de cabeza. (Bustamante, Monares&Monares, 2001). En el Ecuador la producción del café orgánico no es muy conocida en nuestro medio debido a sus altos costos durante la etapa de crecimiento y maduración del producto, pero gracias al impulso del Gobierno Nacional y el apoyo del Gobierno Seccional en los últimos años los agricultores han apostado por este tipo de cultivo libre de pesticidas, (Callejas Huanca, 2011). La globalización ha incrementado considerablemente la competencia en las diferentes actividades económicas en el Ecuador, exigiendo la formación de pequeñas y grandes empresas, es así, como el tema de investigación desarrollado en esta investigación se centra en la creación de una microempresa con una nueva forma de comercializar el café orgánico tostado y molido, ofreciendo al consumidor una manera más práctica y fácil de preparación sin gastar demasiado tiempo mediante la presentación de sobres filtrantes, (Castellano, 2009).

El Plan Nacional del buen vivir, consiste en recuperar la humanidad, gozar los recursos que tiene la naturaleza, que traten a todos por igual, es sentirse incluidos en libertad. El cual constituye y traza el camino a la transformación por una mejor educación, salud, ambiente, trabajo, justicia, por un Ecuador equitativo. De acuerdo a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo ha determinado doce objetivos para llevar a cabo el Plan Nacional del Buen Vivir, entre los más relevantes para el proyecto: • Objetivo 7.- Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013) • Objetivo 10.- Impulsar la transformación de la Matriz Productiva. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013) • Objetivo 11.- Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación Industrial y tecnológica. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

El Programa de Gobierno 2013 – 2017, en el apartado Revolución Ecológica, apuesta por la transformación productiva bajo un modelo ecoeficiente con mayor valor económico, social y ambiental. En este sentido, se plantean como prioridades la conservación y el uso sostenible del patrimonio natural y sus recursos naturales, la inserción de tecnologías ambientalmente limpias, la aplicación de la eficiencia energética y una mayor participación de energías renovables, así como la prevención, el control y la mitigación de la contaminación y la producción, el consumo y el pos consumo sustentables. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013). Los objetivos de este estudio es realizar una investigación de mercado para determinar las preferencias de los consumidores de café orgánico en la ciudad de Jipijapa y hacer un análisis técnico y financiero que ayude a determinar la factibilidad del proyecto.

## **Metodología**

En el presente proyecto de producción y comercialización de café orgánico en saquitos filtrantes, se realizará una investigación de tipo descriptiva y explicativa con un diseño de campo y documental, analizando los gustos y preferencias del café, se efectuará una encuesta para la Investigación de mercado en la ciudad de Jipijapa, considerando las respectivas variables de segmentación para poder reconocer las personas a quienes se enfocará el proyecto, analizará la oferta actual del producto a nivel local, determinará la localización competente para producir y comercializar el producto, es una investigación inmersa en el área financiera y económica del negocio, es un método evaluativo porque abarcará varios escenarios financieros para justificar la factibilidad del plan de negocios.

Para el desarrollo de esta investigación, se realizó inicialmente una encuesta piloto a 30 personas para poder determinar el hábito y preferencia hacia el consumo del café en la población de Jipijapa, después de obtener los

resultados, la población considerada fue de 1.860 datos tomados del censo 2010 de instituto Nacional de Estadísticas. El cálculo de la muestra, dio como resultado un total de 384 personas, que serán los encuestados para obtener la información. El estudio realizado en la muestra seleccionada se realizó en un periodo de seis meses. Las encuestas se realizaron de diferentes maneras, mediante correo electrónico enviando a los contactos vía correo electrónico, las respuestas fueron inmediatas y en 15 días se obtuvo el 30% y el 70% se realizó con el contacto directo al público, en los centros comerciales como: El mercado municipal, en las afueras del Terminal de pasajeros y en la cafetería de Sweet&Coffee, también en el automercado Tía, adicional se encuestó en la GAD de Jipijapa y a los vecinos del sector. De acuerdo al último Censo Poblacional realizado por el INEC al 2010 la ciudad de Jipijapa tiene 71.100 habitantes, escogiendo entre ellos el rango de edades de 15 a 64 años, que representa el 65,4% la muestra, (Miquel Peris, Parra Guerrero, Lhermie& Miquel Romero, 2008).

La encuesta está dirigida a las personas residentes en la ciudad de Jipijapa, de género masculino y femenino, entre la edad de 15 a 64 años, escogiendo a las personas que se encuentran o hayan estado los últimos seis meses trabajando. El consumidor a estudiar debe llevar las siguientes características: • Debe ser una persona que le guste y consuma café. • Debe tener interés por el consumo de productos orgánicos (café orgánico). • Debe de estar dispuesto aceptar cambios, específicamente en productos que se encuentran en su consumo diario (café). • Debe estar dispuesto a responder la encuesta.

La información estadística fue analizada con el uso del software SPSS versión 23 en español, de aquí se analizaron los datos para elaborar las tablas de distribución de frecuencias, las medidas de tendencia central y las medidas de dispersión.

## **Resultados**

Se comprobó mediante este estudio que el café orgánico en saquitos filtrantes tiene un mercado potencial de consumidores entre 21 a 64 años, quienes representan el 83% de la encuesta. El 82% de los encuestados están trabajando o han trabajado durante los últimos 6 meses, lo que determina la disponibilidad de compra por parte de las personas económicamente activa, a quien se le puede ofrecer el beneficio de ahorro de tiempo con la presentación de bolsita filtrante, (COFENAC, Consejo Cafetalero Nacional, 2002).

Como resultado el estudio de mercado arrojó que se obtuvo respuesta aceptable por los encuestados en el cual las personas que consumen mayor café es el sexo femenino con un 64%, consumiendo el 43% todos los días, el 61% en el hogar, adquiriéndolo en las tiendas con un 29% y en los supermercados un 53%, se obtuvo respuesta viable para la implementación del proyecto. Se determinó la demanda el 1,53% de la muestra tomada quienes son los principales clientes a consumir el producto siendo así la demanda mensual de 11.151 cajas que contienen 25 sobres filtrantes de café orgánico, para ofertar el producto mediante promociones y publicidad captando el segmento del mercado. Se pudo determinar que es un producto que tiene una gran demanda considerando que la mayoría de las personas consumen café todos los días obteniendo un 43% de los encuestados, y ocasionalmente lo consume el 26%. Demostrando que el mayor consumo es el hogar con un 55% de acuerdo a la muestra y un 29% en el trabajo, el lugar donde adquieren el producto es en los supermercados con un 44% y un 35% en las tiendas, lo que determina los canales de distribución para ofertar el producto, (Fernández Espinoza, 2007).

El 73% de los encuestados conocen el beneficio de este producto, sin embargo solo el 35% lo han consumido, por lo que es necesario realizar campañas publicitarias para que los clientes tengan conocimiento acerca de este bien, y así deseen consumirlo. El 85% de la muestra de los consumidores estarían dispuestos a probar el nuevo



producto, el 31% de los encuestados conocen el café Órgano Gold, quien representaría una mayor competencia. Además hay que resaltar que el 16% de los clientes consideran que el precio es un factor importante al momento de adquirir un producto, estableciendo con un 47% que la caja contenga 25 unidades de bolsitas y con un 56% que el precio al consumidor sea de \$10.00 por éstas cajas, (MAGAP, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (22 de Noviembre de 2012).

Por la investigación realizada el 85% de la población consumirían el café orgánico en bolsitas filtrantes en presentación de té, de los cuales el 43% consumen todos los días una taza de café, obteniendo un mercado potencial de miles de habitantes que consumirían el producto, del cual el 1,53% será el mercado objetivo, obteniendo como venta estimada de 9.292,89 habitantes, (.PROECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. 1 de Abril de 2013).

### **Conclusiones**

De acuerdo al estudio de mercado el café orgánico es un producto muy apetecido en Jipijapa. Se pudo determinar que el mercado de este producto es amplio, las oportunidades de distribución son viables, la infraestructura no es tan compleja. Sin embargo se requiere una gran inversión en maquinarias y equipos. El producto es innovador lo que llevara al consumidor a adquirirlo por la curiosidad. Otra razón es que el café orgánico es un producto sano ya que contiene menos cantidad de ácidos, mayor concentración de nutrientes, cantidad de antioxidantes que ayudan a combatir el envejecimiento, también contiene niveles menores de cafeína que el café tradicional, mejora el aprendizaje y previene la depresión. Actualmente en la población de Jipijapa existe una falta de conocimiento acerca de las características y beneficios que tiene el café orgánico. Los mayores consumidores de café están en el rango de 21 a 30 años de edad. Los consumidores prefieren tomar el café en sus hogares y su determinación de compra es el sabor del producto.

La mayoría de las personas encuestadas demostró una aceptación positiva acerca del café orgánico en bolsitas filtrantes con un 85% considerando que lo máximo que estarían dispuestos a pagar por el producto son USD\$10.00. Las alianzas estratégicas con las cadenas de supermercado como: Supermaxi y Mi Comisariato permitirá lograr el posicionamiento en el mercado. El Estudio Financiero demostró que el proyecto es viable

### **Referencias bibliográficas**

- Aaker, D. (2001). Construir Marcas Poderosas (2da. Edición ed.). Barcelona: Gestión 2000.com.
- Amaya Amaya, J. (2005). Gerencia, Planeación y Estrategia, Fundamentos, Modelo y Software. Santo Tomas de Aquines.
- Ayala Molina, J. R. (2011). Fundamentos de Finanzas para el Empresario Moderno. Jipijapa.
- Barquero, J. D. (2010). Liderazgo y Reputación, El Éxito no llega por Casualidad. Barcelona: Profit.
- Belío Galindo, J. L., & Sainz Andrés, A. (2007). Claves para gestionar precio, producto y marca. Madrid: Especial Directivos.
- Bird, P. (2008). Aprenda Investigación de Mercado en una semana. España: Gestión 2000.
- Blas Jimenez, M. E. (2014). Diccionario de Administración y Finanzas. Norma.
- Bonta, P., & Farber, M. (1994). 199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad. Bogotá: Norma.
- Bort Muñoz, M. A. (2004). Merchandising. Madrid, Esic: España.
- Bruna Quintas, F. (2007). Creación de Empresas de Economía Social. Planificación de un proyecto de Cooperativa o Sociedad Laboral. (1ra. Edición ed.). España: Ideaspropias.
- Bustamante, W., Monares, A. & Monares, P. (2001). Manual de Gestión de Nuevos Negocios para la Microempresa Rural. Santiago de Chile: Copyright.

Cabrero Mendoza, E. (2011). Retos de la Competitividad Urbana. México: CIDE. 133

Callejas Huanca, F. (2011). La Producción del Café con Enfoque de Desarrollo Económico Local. Caranavi: EAE.

Casado Díaz, A. B., & Sellers Rubio, R. (2006). Dirección de Marketing, teoría y Práctica. España: Ecu.

Castellano, R. (2009). Manual de Gestión, Logística del Transporte y Distribución de la Mercadería. Barranquilla, Colombia: Uninorte.

COFENAC, Consejo Cafetalero Nacional. (2002). Zonificación Cafetalera del Ecuador para la Producción de Café de Especialidades. Obtenido de [www.cofenac.org](http://www.cofenac.org): <http://www.cofenac.org/documentos/Calidad-Cafe-Arabigo.pdf>

De Rus, G. (2008). Análisis de Coste Beneficio - Evaluación económica de políticas y proyectos de inversión. Barcelona: Ariel Economía.

Fernández Espinoza, S. (2007). Los Proyectos de Inversión (1 era edición ed.). Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

Fernández Sánchez, E. (2010). Administración de Empresas, un enfoque interdisciplinar (1ra. Edición ed.). Madrid, España: Paraninfo.

García Bobadilla, L. M. (2011). Mas Ventas. Madrid: Esic.

García Uceda, M. (2011). Las Claves de la Publicidad (7ma. Edición ed.). Madrid: Esic.

Gil Estallo, M. D., & Giner de la Fuente, F. (2013). Cómo crear y hacer funcionar una empresa (9na. Edición ed.). Madrid: Esic.

Griffin, R. W. (2011). Administración (10ma. Edición ed.). México: Cengage Learning.

Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2005). Negocios (7ma. Edición ed.). San Juan, Puerto Rico: Pearson. 134

Gudiño, J. (2009). Glosario Contable y Financiero. Bogotá, DC Colombia: Clásico Digital.

Gutiérrez Gorostiaga, J. C. (2015). Gestión y Control Administrativo de las Operaciones de Caja. España: Ediciones digitales.

Ibáñez, C., & Troncoso, J. C. (2001). Algunas Teorías e Instrumentos para el Análisis de la Competitividad. San Jose, Venezuela: IICA.

Keat, P. G., & Young, P. K. (2004). Economía de Empresa (4ta. Edición ed.). México: Pearson.

MAGAP, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (22 de Noviembre de 2012). Obtenido de [www.agricultura.gob.ec](http://www.agricultura.gob.ec): <http://www.agricultura.gob.ec/magap-ejecuta-proyecto-de-reactivacion-de-la-caficultura-ecuatoriana/>

Miquel Peris, S., Parra Guerrero, F., Lhermie, C., & Miquel Romero, M. J. (2008). Distribución Comercial (6ta. Edición ed.). Madrid: Esic.

Miranda González, F. J., Chamorro Mera, A., & Rubio Lacoba, S. (2007). Introducción a la Gestión de la Calidad (1ra. Edición ed.). Madrid: Delta Publicaciones.

Perdomo, O. R. (2012). Abre tu negocio... y viviras en abundancia. Palibrio.

Pérez Couto, J. (2003). Administración, Gestión, y Comercialización en la pequeña Empresa (1ra. Edición ed.). Madrid, España: Visión Net.

Pinto Ruiz, B. L., Mas Machuca, M., & Viscarri Colomer, J. (2010). Los pilares del Marketing (1ra. Edición ed.). Barcelona: Edicions UPC.

Pocket Mentor, S. (2009). Entiendo las Finanzas. Boss, Massachusetts: Impact Media Comercial. 135

PROECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (1 de Abril de 2013). Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. Obtenido de [www. PROECUADOR. gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec): [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/05/PROEC\\_AS2013\\_CAFE.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/05/PROEC_AS2013_CAFE.pdf)

RiosSanchez, L. (22 de 8 de 2015). Cafetaleros Organicos. Mi Región, pág. 8.

Rivera Camino, J., & De Garcillán López Rúa, M. (2012). Dirección de Marketing, Fundamentos y Aplicaciones (3ra. Edición ed.). Madrid: Esic.

Rivera Camino, J., Arellano Cueva, R., & Molero Ayala, V. M. (2013). Conducta del Consumidor, Estrategia y Políticas aplicadas al Marketing (3era. Edición ed.). Madrid, España: Esic.

Rodríguez Cortés, A. R. (2015). Merchandising y Derechos de Imageén(1ra. Edición ed.). México: Lawgic.

Saenz de VincuñaAncín, J. M. (2015). El Plan Estratégico en la Práctica (4ta. Edición ed.). Madrid, España: Esic.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (24 de Junio de 2013). [www.buenvivir.gob.ec](http://www.buenvivir.gob.ec). Obtenido de Plan Nacional del Buen Vivir: <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

Seller Rubio, R., & Casado Díaz, B. (2010). Introducción al Marketing, Teoría y Práctica. Madrid: ECU.

Tayala, A. E., García de Maradiaga, M. J., Narros González, M. J., Olarte Pascual, C., Reinares Lara, E. M., & Saco Vásquez, M. (2008). Principios de Marketing (3ra. Edición ed.). Madrid: Esic.

# Cooperación en la estrategia internacional de producto: Incidencia directa o indirecta en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas de mercados emergentes

**Francisco Vladimir Benítez Luzuriaga**

Universidad Técnica de Machala

fbenitez@utmachala.edu.ec

**Irene Patricia Sánchez González**

Universidad Técnica de Machala

isanchez@utmachala.edu.ec

## Resumen

La presente investigación tiene como objetivo relacionar la implementación de la marca asociativa en la comercialización de los productos desarrollados por pymes de los países emergentes, para mejorar su competitividad internacional. En la primera parte, en el marco teórico, se analizan las estrategias de cooperación que han realizado algunos sectores de países en vías de desarrollo, y en algunos casos en países emergentes. Se identifican, luego, las distintas estrategias de marketing implementadas en artículos que se han desarrollado sobre la temática de cooperación y competitividad internacional. En la segunda parte, se propone un modelo relacional que es testado con una muestra significativa de pequeñas y medianas empresas ecuatorianas, además de soportar la teoría de marca asociativa mediante artículos científicos. El estudio pretende contribuir a la ciencia del marketing internacional y aportar a las pymes para su desarrollo competitivo en el contexto internacional. Además se ha observado que es necesaria la asociatividad y sinergia de tipo alianza estratégica entre las mipymes para su posterior desarrollo y desenvolvimiento exitoso.

**Palabras clave:** Asociatividad, estrategias de asociación, competitividad internacional, mercados emergentes, alianzas estratégicas

## Abstract

This research aims to relate the implementation of associative brand in the marketing of the products developed by SMEs in emerging countries, to improve their international competitiveness. In the first part, the theoretical framework, discusses cooperation strategies that have made some sectors of countries in developing, and in some cases in emerging countries. They are identified, then the different marketing strategies implemented in articles that have been developed on the subject of cooperation and international competitiveness. In the second part, proposes a relational model that is tested with a significant sample of small and medium-sized Ecuadorian companies, in addition to supporting the theory of associative brand through scientific articles. The study aims to contribute to the science of international marketing and contribute to SMEs for their competitive development in the international context. Also noted that the partnership and synergy of type strategic alliance between SMEs to further development and successful development is required.

**Keywords:** Partnership, Association, strategic alliances, international competitiveness, emerging markets strategies

## Introducción

Recientemente, en 2013, Daimler, Ford y Nissan formaron una alianza para desarrollar sistemas de células de combustible para ser utilizados en vehículos eléctricos. Como bien lo indica , (David, López, & López, 2014) las alianzas estratégicas son vínculos o asociaciones entre dos o más organizaciones con el fin de fortalecer su organización y mejorar su competitividad adaptándose mejor al entorno donde se desenvuelve. En la industria de la electrónica de consumo, dos grandes empresas competidoras, Sony y Samsung, establecieron una alianza de Investigación en 2005 para desarrollar pantallas de cristal líquido para ser usadas en sus televisores de pantalla plana. Las empresas de software cooperan para diseñar algunos componentes del software, por ejemplo, a través de un proyecto de código abierto, y luego desarrollar otros componentes del software de forma independiente. Un ejemplo relativamente bien conocido de esto es la aplicación de servidor Web Apache que es desarrollada conjuntamente por desarrolladores independientes, así como por grandes corporaciones como IBM y Sun, quienes luego añadieron componentes propietarios a la aplicación para comercializar servidores Web bajo su propia marca. En todos estos ejemplos, la cooperación entre las empresas competidoras no es "plena" en el sentido de que las empresas no desarrollan conjuntamente un producto completo, sino que cooperan parcialmente y conjuntamente desarrollan sólo algunos de los componentes del producto.

Las empresas se benefician de alianzas tales como ahorrar de los gastos de Investigación y Desarrollo, el empoderamiento de un sector de la industria como grupo, el posicionamiento de un canal de distribución, entre otros beneficios. Sin embargo, este tipo de desarrollos se han estudiado con mayor profundidad en países desarrollados.

Se debe ser consciente de la dificultad que supone el que todos los productos de una empresa sean competitivos, o que todas las empresas del sector lo sean, y mucho más si se piensa en términos de país o región. Por otra parte, las medidas para instaurar aquellos factores o cualidades que conduzcan al logro del objetivo - ser competitivos - , son diferentes, y entran en ámbitos decisionales distintos según sea aquel en el que se realice el análisis de la competitividad(Pinzón & Dary, 2014).

Se identifica como principal problema, el desaprovechamiento de las estrategias de cooperación, asociación o agrupación entre industrias, como uno de los factores críticos de la economía local.

La provincia de El Oro se constituye como potencia exportadora de productos primarios o commodities, obteniendo una considerable participación en el PIB nacional, sin embargo, su economía se ve estancada o condicionada al comportamiento de la demanda internacional, por falta de diversificación productiva y por el desalentador desarrollo industrial.

Ante esta realidad, detectamos la necesidad de identificar el grado de asociación que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas de la provincia de El Oro, la relación del desarrollo de una marca asociativa y su incidencia en el proceso de internacionalización de las mismas.

## Importancia del problema

El presente trabajo de investigación está enfocado en realizar un análisis entre las pequeñas y medianas empresas de la Provincia de El Oro Ecuador, en donde se clarifica que es necesario crear una especie de cultura organizacional entre las empresas del segmento estudiado, las cuales serán más competitivas, lograrán a mediano y largo plazo internacionalizarse, y más aún, lograr estos objetivos, si realizan alianzas estratégicas mediante

asociatividad , lo cual será beneficioso para el producto o servicio que oferten y les dará diferenciación y ganar valor agregado.

Este estudio ha sido pensado en base a datos secundarios que han sido recopilados de fuentes oficiales y de gobierno, las cuales han permitido observar la necesidad de implementar las prácticas en este documento recomendadas.

## **Marco Teórico**

### **Estrategia de Cooperación – Asociación**

El estudio se basa en los presupuestos teóricos de la evaluación de redes propuestas por Bortolaso, Verschoore e Antunes (2010), y aborda diferentes aspectos de las estrategias cooperativas en las redes de pequeñas y medianas empresas, como: i) la definición de los objetivos estratégicos comunes; ii) el análisis colectivo del ambiente; iii) la planificación estratégica de la red; iv) el desdoblamiento de la estrategia en acciones conjuntas; v) el seguimiento de la planificación estratégica por medio de reuniones regulares; y vi) el establecimiento de indicadores de desempeño colectivo.

Estudios recientes demuestran que la cooperación entre pequeñas y medianas empresas, se ha constituido en una estrategia capital para garantizar la sobrevivencia y el crecimiento de las empresas, a pesar de las dificultades de forma gerenciales (Casatro, Bulgacov, Hoffmann, 2011; Verschoore, Balestrin, 2011).

Cuando hablamos de la colaboración del sector industrial (CIS), estamos hablando de los mecanismos que, de una forma u otra, permiten a las empresas competir más exitosamente en los mercados extranjeros (Belso-Martínez, 2006, Mesquita y Lazzarini, 2008) Ya que las empresas necesitan el apoyo o la asistencia de su sector para crecer y competir internacionalmente (Arze y Svensson, 1997, Cho y Moon, 2000, Nadvi, 1999). Es importante mencionar que la variable de sector se utiliza ampliamente como una variable de control. Sin embargo, aquí en esta investigación, el sector es estudiado a partir de la colaboración entre empresas pertenecientes o relacionadas con actividades similares (por ejemplo, textiles, granjas y productos químicos). La mera presencia sólo indica su posición dentro de un grupo industrial, no el papel que juegan dentro de la competitividad internacional de las empresas.

### **Competitividad Internacional de las Pymes**

Muchos investigadores han estudiado la competitividad internacional de las empresas (Buckley et al., 1990, Dunning y Lundan, 1998, Pervez et al., 1998 , Jones y Crack, 2001, , Fahy, 2002 Moon y Lee, 2004, Elenurm, 2007 ), pero la gran mayoría de estos estudios se han desarrollado para los países industrializados (Japón, EE.UU., Inglaterra, Alemania, etc.). Sin embargo, existen muy pocos estudios realizados en países en desarrollo. La investigación de los países desarrollados no siempre se puede aplicar a los países en desarrollo (Casanova, 2004, Cuervo-Cazurra, 2008; Peña-Vinces et al., 2012), ya que su comportamiento económico es generalmente muy diferente y suelen tener un carácter inestable y caótico: el medio ambiente, los sistemas políticos y educativos pobres y un bajo nivel de industrialización, incluso en el desarrollo y así sucesivamente (Jarvenpaa y Leidner, 1998; Peña-Vinces et al., 2012).

Porter (1985, p 102) definió la competitividad como la implementación de la estrategia de creación de valor por parte de una empresa y no es implementada simultáneamente por el competidor y esta estrategia no es fácilmente duplicada. Man et al. (1998) sostienen que el proceso de las PYME para lograr la competitividad está fuertemente influenciado por el actor clave. El actor clave es la empresa líder en clusters de PYMEs (Randelli & Lamberdi, 2014).

La investigación sobre las PYMES se ha desarrollado desde el crecimiento del debate sobre el papel de estas organizaciones empresariales en el desarrollo económico (Gunasekaran et al., 2011; Capo-Vicedo et al., 2008). Uno de los debates que ha surgido entre los estudiosos de los negocios es cómo aumentar la competitividad de las PYMES (Rostek, 2012; Ada et al., 2013). Rostek (2012) sostiene que las pymes necesitan mejorar su competitividad para sobrevivir en un entorno cambiante y enfrentarse a una fuerte competencia empresarial. Ada et al., (2013) encontraron que la competitividad de las PYMES podría incrementar su posición de negociación en la competencia empresarial.

Porter (1985) escribió el concepto de cadena de valor que se convierte en fundamento básico de la competitividad. La cadena de valor es un conjunto de actividades que son útiles para diseñar, producir, comercializar, entregar y apoyar su producto (Ankli, 1992). Este concepto se ha desarrollado en muchas empresas y organizaciones, incluyendo las PYMES.

Las redes de negocios y la relación con los socios de negocios son fuente de competitividad de las PYMES (Gracia et al., 2011, Karaev et al., 2007, Bek et al., 2013). Morgan y Hunt (1994) explican que los negocios y la competencia han cambiado de la competencia de las empresas a la competencia de las redes de negocios

Lamprinopoulou y Tregear (2011) encuentran que la red de pymes tiene importantes contribuciones a su desempeño en marketing. Bek et al., (2013) señalan que la innovación en el cluster de pymes es crucial para mejorar el desempeño de sus negocios. La innovación conduce a la capacidad de crear productos y procesos de negocio con derechos de propiedad y activos intangibles. Capo-Vicedo et al., (2008) explican que esta capacidad de crear productos y procesos de negocio, son claves para mejorar el desempeño del negocio en el cluster de pymes. Tambunan (2009) y Sener et al., (2014) encuentran que el acceso financiero es muy importante para el desempeño de las Pymes.

Durante la última década, la globalización del comercio y la liberalización han aumentado significativamente las expectativas de los clientes y la competencia entre las empresas (Agus, Isa, Farid, & Permono, 2015). En la actual era de la competencia mundial, las PYME enfrentan dos desafíos: 1) cómo aumentar la competitividad individual y 2) cómo aprovechar la sinergia creada en la red de PYME (Karaev et al., 2007). Además, las PYME han desempeñado un papel muy importante en las economías en desarrollo. Fueron capaces de obtener la oportunidad de entrar en el mercado, mejor que las grandes empresas debido al cambio sistémico (Agus et al., 2015).

El análisis apropiado de la unidad para establecer la estrategia competitiva es la industria. Estratégicamente, una industria puede distinguirse de otra por el hecho de que propone productos que tienen fuentes similares de ventaja competitiva (Passermard & Kleiner, 2000). En cada estrategia competitiva, hay dos componentes a distinguir, que son: la estructura de la industria. En segundo lugar, el posicionamiento de la empresa con la industria que algunas posiciones será más ventajosa que otra en el nivel de rentabilidad diversa.

Lamprinopoulou y Tregear (2011) encontraron que las PYMES también deben tener un detalle y una medición clara del desempeño con orientación a largo plazo, como el desempeño de la comercialización. Sin embargo, las PYME tienen problemas en la definición del desempeño del negocio ya que la mayoría de las PYME todavía luchan por sobrevivir al negocio (Tambunan, 2009).

El enfoque teórico de este trabajo de investigación se basa principalmente en la teoría de Cateora, Gilly y Graham, del año 2010, quienes señalan que el marketing internacional de algunas empresas se limita a un país; otras comercializan en una serie de países, tratando a cada uno como un mercado separado; otras más, las empresas mundiales, buscan segmentos de mercado con necesidades y gustos comunes que traspasen las fronteras políticas y económicas. No obstante, todas se ven afectadas por la actividad competitiva que se da en el mercado mundial. (Cateora, Gilly, & Graham, 2010). En el presente proyecto se aborda a las micro, pequeñas y medianas empresas, básicamente por la desigualdad de oportunidades que éstas tienen para su expansión en el mercado local e internacional.

### **Estrategia Internacional de Producto**

De acuerdo con el manual de Oslo, la innovación se define como “la generación de nuevos productos y procesos, tecnológicamente implementados, y mejoras tecnológicas sustantivas en productos y procesos” (OCDE, 1997: 31). En este sentido, al analizar la innovación a nivel de empresas es recomendable centrarse en los resultados y no en medidas indirectas de innovación, como el gasto en investigación y desarrollo (R&D, por sus siglas en inglés) o el registro de patentes. Los trabajos que analizan la relación que guardan la internacionalización y la innovación en países en desarrollo son escasos y sus conclusiones son ambiguas. Por ejemplo, Damijan, De Sousa y Lamotte (2009) encuentran que, para varias economías en transición, el exportar a países desarrollados promueve el aprendizaje organizacional, mientras que exportar a economías en desarrollo no lo hace. Por otro lado, Damijan, Kostevc y Polanec (2010) observan que exportar desde un país en transición facilita la innovación en procesos, pero no en productos. Más recientemente, Boermans y Roelfsema (2015) concluyen que la internacionalización de las empresas en algunas economías en transición incrementa la propensión a innovar, debido a la mayor competencia que se enfrenta en los mercados internacionales o frente a las importaciones. Trabajos más antiguos, tanto teóricos como empíricos, han encontrado que la internacionalización promueve la adopción de tecnologías extranjeras, pero no necesariamente la creación de nuevos productos y procesos (ver Almeida y Fernández, 2008).

A pesar de las considerables investigaciones sobre la creación de competencias que pueden conducir a la competitividad (Atuahene-Gima 2005, Chandy et al., 2003, Day 1994, Day y Wensley 1988, Grewal y Tansuhaj 2001, Hunt y Morgan 1996, Mizik y Jacobson 2003, Srivastava et al. 1998), subsisten lagunas en el conocimiento -como la necesidad de investigar más ampliamente la descomposición de la competitividad a través del debilitamiento de la relación competencia-competencia (véase Hansen y Mitchell 2007, King 2007) o examinar su relación con el desempeño del producto y la responsabilidad financiera (Moorman y Rust, 1999)

La internacionalización de las empresas en países desarrollados, y la correlación que ésta tiene con el desempeño de las unidades productivas, ha sido un tema ampliamente tratado en la literatura (ver, por ejemplo, Qian y Li, 2002; Contractor, Kundu y Hsu, 2003; Thomas y Eden, 2004). En esos países prevalece la idea de que las empresas más productivas y eficientes se autoseleccionan para desempeñarse en los mercados internacionales, lo que, a su vez, las hace mejorar su desempeño. Esto provoca que la correlación, ya sea lineal o curvilínea, entre desempeño e internacionalización sea fácil de encontrar a través de diversos ejercicios empíricos.

Bourreau y Dogan (2010) introducen una cooperación parcial en el desarrollo de productos, y estudian la interacción entre la cooperación en I + D de productos y procesos. La cooperación parcial en el desarrollo de productos es algo análoga a la "I + D híbrida" en el proceso de I + D. Si bien las empresas desarrollan conjuntamente algunos componentes del producto y otros en el primer caso, asignan sus recursos entre los esfuerzos conjuntos y privados de I + D en los últimos. De forma similar a la literatura (limitada) de I + D



sobre productos, sin embargo, la gran mayoría de los estudios en la literatura de I + D del proceso consideran la plena cooperación.

### **Mercado emergente**

Las empresas de las economías emergentes han surgido como un nuevo contribuyente significativo a la economía mundial (Cui, Meyer & Hu, 2014, Gubbi, Aulakh, Ray, Sarkar, Y Chittoor, 2010, Hoskisson, Wright, Filatotchev, & Peng, 2013, Lebedev, Peng, Xie y Stevens, 2015, Mutlu, Wu, Peng y Lin, 2015, D. Xu & Meyer, 2013).

En comparación con las multinacionales maduras de economías desarrolladas (ED) que suelen expandirse en el extranjero a través de un proceso incremental (Johanson y Vahlne, 1977), una característica interesante de las empresas de economías emergentes es su rápido ritmo de expansión internacional (Peng, 2012; , Sun, & Maksimo, 2014).

Los mercados emergentes son aquellos países que se encuentran en vías de desarrollo. En la actualidad, se consideran emergentes los mercados del sudeste asiático, de Latinoamérica y de países europeos del antiguo bloque comunista.

En cuanto a las características esenciales de los mercados emergentes, los mismos cuentan con un gran crecimiento de su economía en forma acelerada, pero con un riesgo de situación política y financiera inestable.

El funcionamiento de los mercados emergentes se describe por padecer de ciclos económicos irregulares y variables donde su política monetaria amerita de ciertas variables teniendo como indicadores esenciales a la inflación, la balanza de pagos y la evolución del PIB, siendo sensibles ante la existencia de crisis o inestabilidades económicas que se reflejan a largo plazo. (MacDonald, 2009)

### **Objetivo**

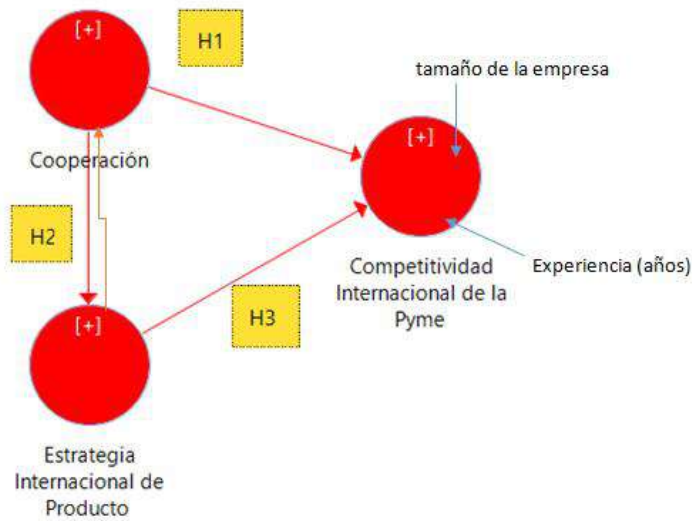
Identificar la incidencia de la cooperación en la estrategia internacional de producto y su influencia directa o indirecta en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas de mercados emergentes.

### **Modelo a investigar**

Partiendo del modelo anterior de Peña, Acedo, y Roldán (2014); y el de Bourreau, Doğan, y Manant (2016), aprovechando la escasa investigación desarrollada en el desarrollo de productos de las Pymes de América Latina y su nivel de competitividad internacional, al establecer estrategias de cooperación planteamos el siguiente modelo.

Modelo propuesto: **Cooperación en la estrategia internacional de producto: Incidencia directa o indirecta en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas de mercados emergentes.**

**Figura 1.** Modelo conceptual



**Fuente:** el autor, 2017

**Metodología de la investigación**

El estudio se realizará en Ecuador, provincia de El Oro, utilizando un proceso metodológico cualitativo y cuantitativo apoyado en una fase exploratoria de documentación bibliográfica para la definición de las escalas basadas en las variables del modelo conceptual. El estudio cualitativo se efectuará a los representantes legales de las pequeñas y medianas empresas, con el objetivo de confirmar el contenido relativo a las distintas variables retenidas en la investigación. El estudio cuantitativo recogerá información basada en una encuesta estructurada donde los indicadores serán expresados positivamente con una escala de Likert de 5 puntos y se lo realizará off-line, para la tabulación de datos, se trabajará con el apoyo de los programas SPSS, PLS y R.

**Plan de explotación**

Universo	Pequeñas y medianas empresas
Ámbito geográfico	Provincia de El Oro
Período de recolección de información	Abril – Mayo 2017
Diseño de muestra	Entrevista
Programa estadístico	SPSS, PLS

**Resultados**

En base a la revisión bibliográfica efectuada, se ha identificado que el tamaño de la empresa y el tiempo de experiencia en el mercado, son factores determinantes para el éxito de la misma; teniendo como complemento la asociatividad y las estrategias de marketing que implementen. Uno de los puntos detectados es que las mipymes en países emergentes, como Ecuador, tienen un mejor desenvolvimiento cuando aplican estrategias asociativas.

**Conclusiones**

Basados en la investigación y soporte teórico de artículos científicos como fuente de consulta bibliográfica, se ha observado que es necesario la asociatividad entre empresas mipymes para su posterior desarrollo exitoso, en donde se generara mayor competitividad de tal forma que se adaptaran a los cambios que presenta el entorno,

sobre todos en mercados aún más impredecibles como los de economías emergentes o en vías de desarrollo. Se deberá tomar en cuenta que una misma estrategia no será una norma o modelo a seguir como ejemplo para todo el entorno, área o segmento en la que se encuentre la empresa, solo de manera general tomando en cuenta la asociatividad y alianzas estratégicas, las cuales definirán el modelo a seguir por parte de la organización para proponer un perfeccionamiento en el interior de la empresa que le permita desarrollarse de manera exitosa dentro y fuera de su país donde se desenvuelve en sus actividades. Finalmente se puede observar que todo lo antes expuesto es fundamental al vislumbrar la internacionalización de una empresa u organización ya que el valor agregado, asociatividad y alianzas estratégicas, en merados internacionales ya lo vienen manejando los países desarrollados y han incorporadas estas prácticas hace ya muchos años, por lo que la empresa que pretenda participar en este entorno deberá tener la visión de adaptarse al mismo adoptando las buenas prácticas para ser más competitivo.

### Referencias bibliográficas

- Ada, E., Kazancoglu, Y., & Sagnak, M. (2013). Improving Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Agriproduct Export Business Through ANP: The Turkey Case. *Agribusiness*, 29(4), 524–537, <http://dx.doi.org/10.1002/agr.21320>
- Agus, A. A., Isa, M., Farid, M. F., & Permono, S. P. (2015). An assessment of SME competitiveness in Indonesia. *Journal of Competitiveness*, 7(2).
- Ankli, R. E. (1992). Michael Porter's Competitive Advantage and Business History. *Business and economic history*, 228-236.
- Bek, M. A., Bek, N. N., Sheresheva, M. Y., & Johnston, W. J. (2013). Perspectives of SME innovation clusters development in Russia. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 28(3), 240–259. doi:10.1108/08858621311302895
- Bennett, R. J., & Smith, C. (2002). Competitive conditions, competitive advantage and the location of SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(1), 73–86. doi:10.1108/14626000210419509
- Blundel, R. (2006). Little ships: The co-evolution of technological capabilities and industrial dynamics in competing innovation networks. *Industry and Innovation*, 13(3), 313–334.
- Brown, P., McNaughton, R., & Bell, J. (2010). Marketing externalities in industrial clusters: A literature review and evidence from the Christchurch New Zealand electronics cluster. *Journal of International Entrepreneurship*, 8, 168–181.
- Buckley, P.J., Pass, C.L. and Prescott, K. (1990), "Measure of international competitiveness: empirical findings from British manufacturing companies", *Journal of Marketing Management*, Vol. 6 No. 1, pp. 1-13.
- Capó-Vicedo, J., Expósito-Langa, M., & Molina-Morales, F. X. (2007). Improving SME competitiveness reinforcing interorganisational networks in industrial clusters. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(2), 147–169. doi:10.1007/s11365-007-0059-7
- Casanova, L. (2004), "East Asian, European, and North American multinational firm strategies in Latin America", *Business and Politics*, Vol. 6 No. 1, pp. 1074-1074.
- Cateora, P., Gilly, M., & Graham, J. (2010). *Marketing Internacional*. México: Mc Graw Hill.
- Cuervo-Cazurra, A. (2008), "The multinationalization of developing country MNEs: the case of multilatinas", *Journal of International Management*, Vol. 14 No. 2, pp. 138-154.
- C. Whan Park, Michael S. McCarthy, and Sandra J. Milberg (1993) , "The Effects of Direct and Associative Brand Extension Strategies on Consumer Response to Brand Extensions", in *NA - Advances in Consumer Research Volume 20*, eds. Leigh McAlister and Michael L. Rothschild, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 28-33.

- David, M., López, R., & López, C. R. (2014). Alianzas estratégicas: alternativas generadoras de valor Strategic Alliances: Value-Generating Alternatives Alianças estratégicas: alternativas geradoras.
- Dunning, J.H. and Lundan, S.M. (1998), “The geographical sources of competitiveness of multinational enterprises: an econometric analysis”, *International Business Review*, Vol. 7 No. 2, pp. 115-133.
- Elenurm, T. (2007), “International competitiveness and organizational change drivers anticipated by Estonian managers in the context of European integration”, *Baltic Journal of Management*, Vol. 2 No. 3, pp. 305-318.
- Fahy, J. (2002), “A resource-based analysis of sustainable competitive advantage in a global environment”, *International Business Review*, Vol. 11 No. 1, pp. 57-78.
- Gracia. A., Magistris, T. D. & Albisu, L. M. (2011). Supply Chain Relationships and SME Firms’ Competitiveness in the Spanish Pig-to-Cured Ham Chain, *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 23, 192–210, doi: 10.1080/08974438.2011.586908
- Gunasekaran, A., Rai, B. K., & Griffin, M. (2011). Resilience and competitiveness of small and medium size enterprises: an empirical research. *International Journal of Production Research*, 49(18), 5489–5509. doi:10.1080/00207543.2011.563831
- Jarvenpaa, S.L. and Leidner, D.E. (1998), “An information company in Mexico: extending the resource-based view of the firm to a developing country context”, *Information Systems Research*, Vol. 9 No. 4, pp. 342-361.
- Johanson, J., & Mattsson, L. -G. (1988). Internationalization in industrial systems — A network approach. In N. Hood, & J. E. Valhne (Eds.), *Strategies in global competition* (pp. 287–314). New York: Croom Helm.
- Jones, M. and Crack, D. (2001), “High-technology firms’ perceptions of their international competitiveness”, *Strategic Change*, Vol. 10 No. 3, pp. 129-138.
- Karaev, A., Lenny Koh, S. C., & Szamosi, L. T. (2007). The cluster approach and SME competitiveness: a review. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 18(7), 818–835. doi:10.1108/17410380710817273.
- Lamprinopoulou, C., & Tregear, A. (2011). Inter-firm relations in SME clusters and the link to marketing performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 26(6), 421–429. doi:10.1108/08858621111156412
- Man, T. W. Y., Lau, T. & Chan, K. F. (1998). Conceptualisation of SMEs’ Competitiveness: A Focus on Entrepreneurial Competencies. Retrieved from [www.sbaer.uca.edu/research/icsb/1998/27](http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/1998/27). Pdf
- Moon, H.C. and Lee, D. (2004), “The competitiveness of multinational firms: a case study of Samsung electronics and Sony”, *Journal of International and Area Studies*, Vol. 11 No. 1, pp. 1-21.
- Morgan, R. M. & Hunt, S. D. (1994). Relationship marketing in the era of network competition. *Marketing Management*, 3(1), 18-28.
- Passemard, D., & Kleiner, B. H. (2000). Competitive advantage in global industries. *Management Research News*, 23(7/8), 111–117. doi:10.1108/01409170010782307
- Peña-Vinces, J.C., Cepeda, G.A. and Chin, W.W. (2012), “Effect of ITC on the international competitiveness of firms”, *Management Decision*, Vol. 50 No. 6, pp. 1-26.
- Pervez, N., Ghauri, P. and Martin, K. (1998), “International competitiveness: empirical findings from SME service firms”, *Journal of International Marketing*, Vol. 6 No. 2, pp. 8-27.
- Pinzón, B., & Dary, L. (2014). Redalyc.INTERNACIONALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD.
- Piore, M. J., & Sabel, C. (1984). *The second industrial divide*. New York: Basic Books
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. New York.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press, MacMillan.
- Randelli, F., & Lombardi, M. (2013). The Role of Leading Firms in the Evolution of SME Clusters: Evidence from the Leather Products Cluster in Florence. *European Planning Studies*, 22(6), 1199–1211. doi:10.1080/09654313.2013.773963

- Rostek, K. (2012). The reference model of competitiveness factors for SME medical sector. *Economic Modelling*, 29(5), 2039–2048. doi:10.1016/j.econmod.2012.03.002
- Sener, S., Savrul, M., & Aydın, O. (2014). Structure of Small and Medium-Sized Enterprises in Turkey and Global Competitiveness Strategies. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 212–221. doi:10.1016/j.sbspro.2014.09.119
- Sugden, R., Wei, P., & Wilson, J. R. (2006). Clusters, governance and the development of local economies: A framework for case studies. In C. Pitelis, R. Sugden, & J. Wilson (Eds.), *Clusters and globalization: The development of urban and regional economies* (pp. 61–96). UK: Edward Elgar
- Tambunan, T. (2008). SME Development in Indonesia: Do Economic Growth and Government Supports Matter? *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.1218922
- Tambunan, T. (2009). Export-oriented small and medium industry clusters in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 3(1), 25–58. doi:10.1108/17506200910943661
- Vasilchenko, E., & Morrish, S. (2011). The role of entrepreneurial networks in the exploration and exploitation of internationalization opportunities by information and communication technology firms. *Journal of International Marketing*, 19(4), 88–105.

# CAPÍTULO XIII

## GESTIÓN EDUCATIVA



# La conflictividad política y su influencia en el control de la gestión administrativa de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

**Fausto Marcelo Donoso Valdiviezo**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
fmaronos@hotmail.com

**Oscar Parada Gutiérrez**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
ospg2012@gmail.com

**Doris Sánchez Lunavictoria**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
mabel\_2300@yahoo.es

## Resumen

La universidad es la institución social que tiene como función preservar, desarrollar y promover la cultura de la sociedad fundamentalmente mediante la docencia, investigación y vinculación. En particular, en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), la exigencia por mejorar los niveles de eficiencia y eficacia en el uso de los recursos, así como por generar y fortalecer los mecanismos de transparencia y de rendición de cuentas hacia los usuarios, son los fundamentos básicos que han impulsado el perfeccionamiento de la calidad y control de la gestión administrativa. No obstante, la confrontación política en los marcos de la universidad ha generado problemas de tipo: económico – financiero, tecnológico, ambiental y social que influyen sobre la gestión administrativa como proceso de soporte a la calidad universitaria. En este trabajo se definieron indicadores para cada uno de los estados situacionales, los mismos fueron descritos (cualitativamente) y calificados (cualitativamente) mediante un índice de conflictividad de cada estado situacional. Los principales resultados obtenidos refieren las evaluaciones de cada índice asociado al problema de influencia política concreta, la valoración general del índice de conflictividad política y las acciones correspondientes para mejorar el control de la gestión administrativa de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Palabras claves: gestión administrativa, gestión administrativa universitaria, conflictividad política.

## Abstract

The university is the social institution whose function is to preserve, develop and promote the culture of society fundamentally through teaching, research and linkage. In particular, at the Chimborazo Polytechnic High School (ESPOCH), the requirement to improve efficiency and effectiveness in the use of resources, as well as to generate and strengthen mechanisms for transparency and accountability to users, are the basic foundations that have impelled the improvement of the quality and control of the administrative management. However, the political confrontation within the framework of the university has generated problems of the type: economic - financial, technological, environmental and social that influence the administrative management as a process of support to university quality. In this work, indicators were defined for each of the situational states; they were described (qualitatively) and qualified (qualitatively) by a conflict index of each situational state. The main results obtained refer to the evaluations of each index associated to the problem of concrete political influence, the general assessment of the index of political unrest and the corresponding actions to improve the control of the administrative management of the Polytechnic School of Chimborazo.

**Keywords:** administrative management, university administrative management, political conflict.

## Introducción

La universidad es la institución social que tiene como función general la de preservar, desarrollar y promover la cultura de la sociedad fundamentalmente mediante la formación de profesionales. Dicho de esta manera, se entiende que ella cumple su verdadera función social en la medida en que se adecua a las exigencias que la sociedad le demanda y en especial en este momento histórico de profundas transformaciones económicas, políticas, sociales y culturales.

Ante esta perspectiva, las estructuras organizativas se insertan en las tendencias al cambio para adaptarse a los nuevos enfoques gerenciales que les permitan apoyarse en la tecnología, romper la burocracia y la estructura piramidal para lograr acortar los tiempos en la toma de decisiones en función de mayor eficiencia y productividad. En este sentido, las instituciones de educación superior están haciendo un esfuerzo para transformarse y dar respuesta a la contemporaneidad; sin embargo, presenta dificultades para su concreción a corto plazo.

La universidad ecuatoriana en el marco del nuevo ordenamiento jurídico implementado en el país desde la aprobación de la nueva constitución en la consulta popular de abril de 2008, la expedición de la Ley Orgánica de Educación Superior en octubre de 2010, y su reglamento de aplicación en septiembre de 2011, se ve precisada a redefinir su rol, su función y a responder efectivamente a las demandas de la sociedad, basando su accionar en los principios de calidad y pertinencia.

En particular en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), la calidad y la evaluación del rendimiento de la gestión están en el centro de las preocupaciones de quienes toman las decisiones. La exigencia por mejorar los niveles de eficiencia y eficacia en el uso de los recursos, así como por generar y fortalecer los mecanismos de transparencia y de rendición de cuentas hacia los usuarios y los grupos de interés que rodean toda actuación llevada a cabo por la institución, son los fundamentos básicos que han impulsado el perfeccionamiento de la calidad y control de la gestión administrativa.

El control como parte integrante de la gestión adquiere cada vez una mayor connotación, en respuesta a la necesidad de administrar eficientemente los recursos. El concepto de control de gestión implica considerar el desarrollo del mismo en su ámbito administrativo, distintos autores han definido el concepto de acuerdo a sus propias posiciones e interpretaciones. La mayoría coincide en que es un sistema dinámico e importante para el logro de metas organizacionales, dichas metas provienen inicialmente del proceso de planeación y aplicación del mismo, dentro de ciertas condiciones culturales y organizacionales. (Hernández, 2006), refiere de modo general que se trata de un proceso que sirve para guiar la gestión hacia los objetivos de la organización y un instrumento para evaluarla.

En el contexto universitario, (Knight 1994); (Royero 2006); (Alfonso, 2007); (Michelena 2010); (Cejás, 2012); (Santos, 2012); (Amat, 2013) han desarrollado enfoques orientados al control de gestión que permiten a la organización identificar sus fortalezas y debilidades, contemplan el diseño de indicadores basados en los planes y programas estratégicos de la universidad y aplican el tablero de comandos como una herramienta de control de gestión estratégica. Sin embargo, son limitados en cuanto a la integración de la gestión administrativa en apoyo a la docencia, la investigación y la vinculación con la sociedad por lo que resulta difícil medir la contribución de la gestión administrativa en la elevación del desempeño de los procesos claves y calidad universitaria.



Un estudio diagnóstico realizado por un equipo multidisciplinario del cual formó parte el autor de esta tesis durante las etapas previas a la evaluación institucional, reveló que el control de la gestión administrativa refiere lentitud para la toma de decisiones. Esta situación se evidencia a partir de la existencia de: gran complejidad de los datos y cantidad de ellos que se manejan con relación a los procesos administrativos y que suponen alta responsabilidad, muchas de las decisiones administrativas, quizá la mayoría, no resuelven directamente un problema de los procesos claves, sino que suponen la toma de decisiones adicionales para acercarse a la meta deseada, los resultados de las decisiones no son evaluados regularmente y por tanto se desconoce su efectividad. Se carece de una herramienta que permita analizar los datos integrados, vislumbrar comportamientos históricos, tendencias actuales y futuras, que facilite la toma de decisiones con enfoque proactivo.

En general, los indicadores son escasos para el seguimiento de los planes de acción y carecen de una integración sistémica, algunos no reflejan directamente la medición de los objetivos sino que en ocasiones se limitan a mostrar un dato sobre el cual es difícil tomar decisiones futuras o no impactan el proceso de toma de decisiones.

En referencia al señalamiento anterior, el indicador “porcentaje de cumplimiento del presupuesto asignado” carece de objetividad, las fechas de cumplimiento de algunas tareas no toman en cuenta las capacidades y recursos disponibles, no existe prioridad para la ejecución de las inversiones, entre otros. Por otro lado, la influencia negativa, en ocasiones no declaradas formalmente de intereses de grupos políticos, dificultan la buena marcha de la gestión administrativa y la corrección oportuna de las desviaciones a favor de la acreditación y evaluación institucional.

A pesar de que se han logrado avances en la gestión por procesos en la universidad, el proceso de integración de la calidad a la gestión universitaria en general no logra incorporar los procesos de apoyo y solo se circunscribe al cumplimiento de indicadores que establece el patrón de acreditación de carreras universitarias y de evaluación institucional. De ahí que se afirma que existe desconocimiento del efecto de la gestión administrativa en la calidad institucional.

Otro elemento significativo es la ausencia de métricas que posibiliten medir la influencia de la conflictividad política en la gestión administrativa de la universidad. La misma, en ocasiones precisa de un plan de acciones emergentes para atenuar estados de opiniones negativos para el desarrollo de la gestión administrativa y de la universidad en general.

Del mismo modo, se evidenció la inexistencia de una metodología para el control de la gestión administrativa en la institución, limitado control con enfoque integrador y sistémico, la falta de proyección de los ingresos en la institución, débil gestión de riesgos administrativos, insuficiencias en la gestión de aprovisionamientos y en la planificación del mantenimiento.

Se constató también, la falta de sistematicidad en el control de la satisfacción de los servicios de Bienestar Politécnico y una limitada formación del personal administrativo en herramientas de gestión. No se exploran todas las vías posibles mediante las cuales se puede involucrar a las personas en un proyecto de mejora continua, ni se sugiere un procedimiento de intervención adecuado aunque se declara la necesidad de lograr un cambio cultural.

Asimismo, en la gestión administrativa, se manifiesta el impacto de conflictividad política. Este término, refiere de manera general procesos conflictivos y arrítmicos que implica la formación de coaliciones cambiantes

y grupos de interés, que entorpecen el logro de los objetivos institucionales, atrasan los procesos, producen descontento e inestabilidad en el logro de las metas. (Silva, A. A. 2002).

Por tal motivo, el objetivo de este artículo científico es evaluar el efecto de la conflictividad política en el control de la gestión administrativa de la ESPOCH.

## **Resultados**

### **La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Análisis Estructural**

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), tiene su origen en el Instituto tecnológico Superior de Chimborazo, creado mediante Ley No.6090, expedida por el Congreso Nacional, el 18 de abril de 1969. Inicia sus actividades académicas el 2 de mayo de 1972 con las Escuelas de Ingeniería Zootécnica, Nutrición y Dietética e Ingeniería Mecánica. Se inaugura el 3 de abril de 1972.

El 28 de septiembre de 1973 se anexa la Escuela de Ciencias Agrícolas de la PUCE, adoptando la designación de Escuela de Ingeniería Agronómica.

Los cambios radicales que se están dando en la universidad ecuatoriana, generados por el gobierno de Rafael Correa Delgado, son los más importantes en los últimos 150 años y constituyen una verdadera revolución para enfrentar los desafíos de la primera parte del siglo XXI. Lamentablemente, la autonomía universitaria en el caso ecuatoriano, en gran parte, no ha estado al servicio de la investigación y la innovación científica nacional y se convirtió en muchas universidades nacionales y particulares, en feudos de partidos, familias y grupos para llenar puestos e incluso beneficiarse en lo económico en el ejercicio de la administración universitaria.

Las transformaciones realizadas y aún en proceso de realización apuntan a la reducción de la burocracia, la rutina, la pereza intelectual y a incentivar la calidad a través de procesos de evaluación institucional y acreditación de carreras.

En tal sentido el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES) realizó una evaluación a 54 universidades del país en el año 2013, categorizándola en cuatro grupos: A, B, C y D. Con categoría A, clasificaron: La Escuela Politécnica Nacional, la Escuela Superior Politécnica del Litoral y la Universidad San Francisco de Quito. La ESPOCH fue evaluada con categoría B y ocupa la primera posición en el grupo de las 18 universidades que ostentan esta categoría. Ello le confiere ventajas sobre el resto al tiempo que cumple de manera general con las tres funciones principales de la educación superior ecuatoriana: formar excelentes profesionales en carreras que estén acordes con el desarrollo científico y tecnológico mundial; fomentar la investigación científica y tecnológica permanente y creciente; y, contribuir solidariamente al desarrollo nacional y global.

### **Análisis de la conflictividad política que genera la gestión administrativa en la institución**

En este epígrafe se determina el nivel de conflictividad política que genera la gestión administrativa de la universidad y que influye decisivamente en el cumplimiento de su misión.

Este análisis permite brindar elementos de juicio, sobre la conflictividad política con el fin de posibilitar en primer lugar una profunda reflexión de los principales agentes involucrados en el tema que les permita evaluar si los objetivos, metas y estrategias de acción que se vienen planteando son o no los más adecuados y realistas.

Este proceso de reflexión, es de esperar que sirva a su vez para generar formas y mecanismos más eficaces y eficientes que redunden en beneficio de las diferentes partes y de la sociedad en su conjunto. Para ello, es necesario definir estados situacionales y factores para el análisis. Los estados situacionales permiten generar las condiciones para determinar un problema y factor desencadenante del conflicto en cada uno de los factores situacionales requeridos para el análisis: Económico – Financiero, Tecnológico, Ambiental y Social.

En este contexto, se definen indicadores de cada uno de los estados situacionales, los mismos son ser descritos (cualitativamente) y calificados (cualitativamente) para definir un índice de conflictividad de cada estado situacional y su afectación para definir el estado situacional en la organización.

En el trabajo, solo se exponen los problemas económicos-financieros y sociales por ser los de mayor influencia política en el control de la gestión administrativa de la ESPOCH.

**Tabla 1. Problemas económicos-financieros de influencia política en la gestión administrativa**

<b>Problemas con influencia política</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Meta</b>
1- ¿Existen gratuidades indebidas de recursos materiales y financieros?	Nivel de corrupción en el manejo de recursos materiales y financieros	Cantidad de casos de corrupción por manejos materiales y financieros en el año.	-
2. ¿Cómo se gestionan las obligaciones tributarias en la cuantía y fecha establecida?	Nivel de eficiencia de la política tributaria de la universidad	Pagos ejecutados/ Pagos Planificados en el periodo	95%
3. ¿Cuál es el estado de las obligaciones con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)?	Nivel de actualidad de pagos al IESS	Total de pagos al IESS/Volumen total de deuda en el período	98%
3. ¿La gestión de los problemas económicos y financieros demanda la intervención de la institucionalidad pública y también de la sociedad civil?	Grado en que el gobierno debe intervenir en la gestión de los conflictos económicos y procesar sus demandas	Gastos incurridos en la solución de conflictos/ Total de gastos presupuestados al efecto	Menos 20%
4. ¿Los problemas económicos y financieros, están presentes en los medios de comunicación, de qué manera?	Nivel de intensidad en que están presentes en los medios de comunicación los problemas económicos financieros	Cantidad de vistas públicas por conflictos políticos en el período/ Total de vistas públicas en el año.	-
5. ¿La inestabilidad laboral, incumplimiento de pagos, incumplimiento de las políticas de remuneraciones y la falta de control sobre las políticas de empleo, implican movilizaciones sociales que agudicen la problemática en el territorio?	Nivel de incidencia del incumplimiento de las normas de contratación laboral	Cantidad de contratos impugnados por el Ministerio de Relaciones Laborales/ Total de contratos del período Cantidad de reclamos salariales en el período/ Total de reclamos del año	- Menos del 10%

6. ¿Los daños y perjuicios económicos provocados a la entidad sobre los recursos materiales, económicos y financieros, repercuten en sus objetivos, metas y resultados?	Grado en que los daños y perjuicios económicos provocados a la entidad sobre los recursos materiales, económicos y financieros, repercuten en sus objetivos, metas y resultados	Cantidad de objetivos incumplidos por ineficiencia en el manejo de recursos/ Total de objetivos del período	-
7. ¿Las acciones de auditoría, supervisión y control que se realizan son efectivas en la minoración de los daños y perjuicios económicos causados al patrimonio público	Nivel de efectividad de las acciones de auditoría, supervisión y control	Total de auditorías ejecutadas/ Total de auditorías planificadas Promedio del valor de los indicadores obtenidos / promedio de la meta propuesta) Cantidad de acciones correctivas que se cumplieron en el tiempo establecido inicialmente / Cantidad de acciones correctivas levantadas	100% Mayores al 80% 100%
8. ¿Existe transparencia en la ejecución del presupuesto?	Nivel de transparencia en la gestión presupuestaria	Reclamos atendidos/ Reclamos recibidos Cantidad de sanciones y decisiones contra funcionarios/ Número de denuncias	100% -
1- ¿Existen gratuidades indebidas de recursos materiales y financieros?	Nivel de corrupción en el manejo de recursos materiales y financieros	Cantidad de gratuidades indebidas detectadas/ Total de gastos del período Valor de las gratuidades indebidas/ Presupuesto de la institución Costo de oportunidad de las gratuidades indebidas	-

**Fuente:** Resultados de la investigación. Elaborado por los autores.

En la definición operacional de los indicadores se ha presentado en la tabla 1, solo algunas expresiones de cálculo. Es preciso destacar que por las características de los indicadores presentados (cualitativos) y la complejidad de su determinación exacta, los mismos se apoyan en encuestas a partir de escalas de puntuación que denotan un resultado integrador. Tal es el caso de la transparencia en la gestión. Al respecto se aplican encuestas en diferentes momentos del año que miden: el grado de información de la ejecución presupuestaria en el sitio web de la institución, la existencia de mecanismos para presentar los reclamos, accesibilidad y claridad de los procesos burocráticos, esfuerzos anticorrupción, entre otros. Del mismo modo, teniendo en cuenta que la meta refiere el valor numérico proyectado del indicador en algunos casos no se define valor ya que el valor

deseado es cero, lo que significa la no ocurrencia del suceso.

En la tabla 2 se muestran los problemas de tipo social que tienen influencia en la gestión administrativa de la universidad. También pueden ser considerados problemas de tipo tecnológico y ambiental si resultaran pertinentes. A modo de ejemplo se muestran los problemas de tipo social.

**Tabla 2.** Problemas sociales de influencia política en la gestión administrativa

Problemas con influencia política	Indicadores	Definición operacional	Meta
1. ¿Los Espacios de Bienestar para la comunidad politécnica brindan un servicio satisfactorio para un adecuado proceso educativo?	Nivel de servicio de los espacios de bienestar para la comunidad politécnica	Percepción de la calidad del servicio recibido/ Expectativa del servicio. Estos resultados emanan de encuestas de satisfacción de expectativas de los usuarios	Mayor 80%
2. ¿La Normativa del Servicio de Becas para estudiantes de la ESPOCH aprobada con resolución No. 584.CP.2012 resulta efectiva?	Nivel de efectividad de la normativa del servicio de becas	Requisitos evaluados satisfactoriamente/ Total de requisitos de la normativa	100%
3. ¿La Política de Acción Afirmativa y el Reglamento de Atención a estudiantes con discapacidad refiere impacto positivo en la comunidad?	Nivel de atención a estudiantes discapacitados	Cantidad de estudiantes discapacitados atendidos/ Total de estudiantes discapacitados Cantidad de estudiantes discapacitados satisfechos/ Total de estudiantes atendidos en el período	100%
4. ¿Cómo se emplea el presupuesto para proyectos sociales como parte del bienestar politécnico?	Nivel de utilización del presupuesto en proyectos de bienestar politécnico	Valor del presupuesto ejecutado en proyectos de bienestar politécnico/ Valor de presupuesto asignado en el período	100%
5. ¿Cómo es la participación de la mujer en la gestión administrativa de la ESPOCH?	Nivel de participación de mujeres en la gestión administrativa	Cantidad de mujeres directivos/ Total de mujeres que participan en la gestión administrativa	30%

**Fuente:** Resultados de la investigación. Elaborado por los autores.

Los valores correspondientes a  $PS_i$ ,  $PEF_i$ ,  $PA_i$ ,  $PT_i$  se asignan a partir de una escala tipo Likert que refiere un formato (opcional) de 1 a 5 puntos o de 0 a 5 puntos.

Los valores de  $w_i$  se hallan en el intervalo:  $0 < w_i < 1$

**Dónde**

N: Cantidad de factores  $i$  asociados a los problemas,  $i=1, 2, 3, \dots, n$

- Índice de conflictividad política que genera la gestión administrativa con relación a los problemas sociales.

- IcPEF: Índice de conflictividad política que genera la gestión administrativa con relación a los problemas económicos y financieros.
- IcPA: Índice de conflictividad política que genera la gestión administrativa con relación a los problemas ambientales.
- IcPT: Índice de conflictividad política que genera la gestión administrativa con relación a los problemas tecnológicos.
- W<sub>j</sub>: Factor de ponderación asociado al problema j.
- PS<sub>i</sub>: Evaluación del indicador i asociado al problema social.
- PEF<sub>i</sub>: Evaluación del indicador i asociado al problema económico financiero.
- PA<sub>i</sub>: Evaluación del indicador i asociado al problema ambiental.
- PT<sub>i</sub>: Evaluación del indicador i asociado al problema tecnológico.

El Índice de Conflictividad Política General, ICP, es la media aritmética de los índices calculados anteriormente. Su influencia en la situación de la organización se determina a través de la siguiente regla de decisión.

**Tabla 3. Regla de decisión**

Influencia de la conflictividad política	Débil	Media	Alta	Muy Alta
Intervalo de evaluación cuantitativa	0-2	2.1- 3	3.1- 4	4.1- 5

**Fuente:** Resultados de la investigación. Elaborado por los autores.

#### **Resultados del análisis de la conflictividad política en la gestión administrativa**

El análisis se realizó en el mes de mayo de 2016. Se aplicó un método de muestreo no probabilístico por conveniencia teniendo en cuenta la naturaleza del proceso que se investiga, el nivel de conocimiento del contenido a investigar por parte del participante, nivel de participación e influencia del participante en la vida universitaria así como la plaza que ocupa en la universidad.

Teniendo esta situación la muestra tuvo un tamaño de 50 personas.

En la tabla 4 se presentan los resultados para el problema económico financiero.

**Tabla 4.** Evaluación media y porcentaje de cumplimiento de los indicadores del problema económico financiero.

Indicador	Evaluación media (puntos)	Porcentaje de cumplimiento
Nivel de corrupción en el manejo de recursos materiales y financieros	-	-
Nivel de eficiencia de la política tributaria de la universidad	4.5	90

Nivel de actualidad de pagos al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)	4.2	84
Grado en que el gobierno debe intervenir en la gestión de los conflictos económicos y procesar sus demandas	4	80
Nivel de intensidad en que están presentes en los medios de comunicación los problemas económicos financieros	-	-
Nivel de incidencia del incumplimiento de las normas de contratación laboral	2	40
Grado en que los daños y perjuicios económicos provocados a la entidad sobre los recursos materiales, económicos y financieros, repercuten en sus objetivos, metas y resultados	3	60
Nivel de efectividad de las acciones de auditoría, supervisión y control	4	80
Nivel de transparencia en la gestión presupuestaria	4.31	86.2

**Fuente:** Resultados de la investigación. Elaborado por los autores.

Como indican los resultados de la tabla 4, las normas de contratación laboral refieren la menor puntuación. Ello está influenciado por los intereses políticos que trajeron como resultado: la contratación de personal sin tener en cuenta los requisitos establecidos en la ley de contratación del talento humano, solo los intereses políticos asociados a la búsqueda de votos para elecciones de rector y vicerrectores en la universidad. También el despido involuntario del personal docente y administrativo de contrato ocasional sin tener en cuenta la evaluación del desempeño. Estos acontecimientos afectaron notablemente los procesos de acreditación universitaria, investigación científica y calidad de la docencia. Del mismo modo, se vio afectada la imagen de la institución en la localidad y el país.

El presupuesto asignado por el estado a la institución, en el momento del estudio, presentó un bajo nivel de cumplimiento, cuyas manifestaciones fundamentales estuvieron asociadas al atraso significativo de pagos a docentes contratados, jubilados, asistencia a otras extensiones de la ESPOCH en otras provincias, inversiones, entre otras.

Los resultados asociados al problema social se presentan en la tabla 5.

**Tabla 5.** Evaluación media y porcentaje de cumplimiento de los indicadores del problema social

Indicador	Evaluación media (puntos)	Porcentaje de cumplimiento
1. ¿Los Espacios de Bienestar para la comunidad politécnica brindan un servicio satisfactorio para un adecuado proceso educativo?	Nivel de servicio de los espacios de bienestar para la comunidad politécnica	3

2. ¿La Normativa del Servicio de Becas para estudiantes de la ESPOCH aprobada con resolución No. 584.CP.2012 resulta efectiva?	Nivel de efectividad de la normativa del servicio de becas	4
3. ¿La Política de Acción Afirmativa y el Reglamento de Atención a estudiantes con discapacidad refiere impacto positivo en la comunidad?	Nivel de atención a estudiantes discapacitados	4.5
4. ¿Cómo se emplea el presupuesto para proyectos sociales como parte del bienestar politécnico?	Nivel de utilización del presupuesto en proyectos de bienestar politécnico	3
5. ¿Cómo es la participación de la mujer en la gestión administrativa de la ESPOCH?	Nivel de participación de mujeres en la gestión administrativa	2.5

**Fuente:** Resultados de la investigación. Elaborado por los autores.

La igualdad de género presentó la más baja evaluación. Al respecto, los intereses políticos fueron más fuertes que el interés de aumentar el papel de la mujer en la gestión administrativa. Asimismo, hubo un servicio poco satisfactorio en los espacios de bienestar politécnico y no se ejecutó ningún proyecto de tipo social como parte del bienestar politécnico. En la tabla 6 se muestran los resultados de todos los índices de conflictividad política en los diferentes problemas.

**Tabla 6.** Índices de conflictividad política por tipo de problema y general

Índices	Resultados (puntos)
Índice de conflictividad asociado al problema económico financiero (IcPEF)	3.89
Índice de conflictividad asociado al problema tecnológico (IcPT)	3.55
Índice de conflictividad asociado al problema social (IcPS)	3.4
Índice de conflictividad asociado al problema ambiental (IcPA)	3.55
Índice de conflictividad política general (ICP)	3.60

**Fuente:** Resultados de la investigación. Elaborado por los autores

El Índice de Conflictividad política General (ICP) refiere un valor de 3.60. Según la regla de decisión, este valor clasifica como Alta. Esta situación es negativa para la gestión administrativa universitaria porque obstaculiza el cumplimiento de los objetivos y limita la efectividad de los procesos de apoyo en relación a los procesos claves de la institución.

Al respecto es necesario, respetar la pluralidad y la democracia desde el reconocimiento de los valores y la misión de la universidad, despojándola de toda postura arribista, de interés particular y no colectivo. Defender la autonomía científica y pedagógica de la universidad asentada en la dependencia financiera del estado.

La vida política de la universidad, debe estar al servicio de la misma y de su compromiso con la sociedad y el país en general. Como afirma (De Sousa Santos, B. 2010); la necesidad de una nueva institucionalidad de democracia es fundamental para tornar transparentes, mensurables, regulables y compatibles las presiones sociales sobre las funciones de la universidad. Y sobre todo para debatir en el espacio público de la universidad



y tornarlas objeto de decisiones democráticas.

Para atenuar el efecto negativo de la conflictividad política resulta decisivo el cumplimiento de las siguientes premisas:

- La existencia de un liderazgo real en el ápice estratégico de la ESPOCH.
- Descentralización en la toma de decisiones respetando las líneas de mando.
- Predominio de los intereses de la organización por encima de intereses individuales y políticos.
- Descentralización financiera con autonomía en las facultades para administrar eficientemente sus recursos.
- Existencia de un presupuesto real para apoyar las investigaciones y a los jóvenes investigadores.
- A continuación se muestran algunas acciones pertinentes con relación a la capacitación del personal administrativo.

### **Conclusiones**

La investigación reveló que existe una creciente base teórica-conceptual sobre el control de gestión y su aplicación tanto en organizaciones productivas y de servicios. Sin embargo, en contraste con este desarrollo el referente metodológico en el contexto universitario y en particular en la gestión administrativa de universidades ecuatorianas manifiesta escasos trabajos que consideren la conflictividad política, como un elemento que influye en el cumplimiento de los objetivos de la institución.

Los índices de conflictividad calculados están asociados a los problemas más significativos que se relacionan con la gestión administrativa de la universidad pública y los procesos que la integran. En esta dirección, el problema económico financiero, es el de mayor afectación, al estar asociado al bajo desempeño de la ejecución presupuestaria y su impacto en los procesos claves y de gestión del talento humano.

Los índices propuestos en este trabajo, pueden servir para monitorear y controlar el efecto de la conflictividad política, en varios períodos del año, de modo tal, que la administración pueda tomar medidas con un enfoque proactivo.

Los índices elevados de conflictividad política son negativos para la institución, ya que no son resultados de un proceso que busca la democracia participativa de los diferentes grupos de interés y corrientes políticas que existen en los predios universitarios.

Le corresponde a la máxima dirección de la universidad en colaboración con las organizaciones estudiantiles y gremiales adoptar el plan de acción consecuente para crear un clima de entendimiento, paz y conciliación de intereses a favor de la auténtica autonomía universitaria.

### **Referencias bibliográficas**

- Alfonso, D. (2007). Modelo de Dirección Estratégica para la Integración del sistema de dirección de la Empresa. Tesis presentada en opción al grado científico de doctor en ciencias Técnicas. ISPJAE. La Habana, Cuba.
- Amat, J. (2013). El Control de Gestión, una Perspectiva de Dirección. Ediciones Gestión 2000, Barcelona, España. ISSN 1696-8352. ISBN
- Cejas J. y otros. (2012). Aproximación al estado y tendencias de la Gestión Universitaria en América Latina. Revista de Gestión Universitaria. ISSN 1852-1487. Vol5.No.1. Argentina.
- De Sousa Santos, B. (2010). La universidad del siglo XXI. Para una reforma democrática y emancipatoria de la universidad. Ediciones Trilce.
- Hernández, G. C. (2006). Competencias distintivas en las pymes: un aporte desde gestión humana. Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 16(27), 57-72.

Knight, J. (1994) Internationalization: Management strategies and issues. *International Education Magazine*. 21-22

Ley Orgánica de Educación Superior de Ecuador – LOES, Registro Oficial No. 298, de 12 de octubre de 2010.

Michelena, E. (2010). Propuesta de modelo para mejorar la gestión de procesos educativos universitarios. *Ingeniería Industrial*, 31(2).

Royero, J. (2006). Modelo de control de gestión para sistemas de investigación, universitarios, Instituto universitario de Tecnología José Antonio Anzoátegui, *Revista Iberoamericana de Educación*. ISSN: 1681-5653)

Santos, L. (2012). Mejoramiento y aplicación de un modelo de gestión y universidad productiva de la facultad de Ingeniería Industrial. Tesis presentada en opción al Grado Científico de Máster. Facultad de Ingeniería Industrial, ISPJAE, La Habana, Cuba.

Silva, A. A. (2002). Gobierno y gobernabilidad universitaria. Ejes para una discusión. *Tiempo Universitario*, 3.

## Revolución educativa: Caso Ecuador

**Tatiana Stefanía Macias Muentes**

Universidad de Especialidades Espíritu Santo-Guayaquil, Ecuador  
tmacias@uees.edu.ec

### Resumen

El presente trabajo pretende analizar el sistema educativo que actualmente se encuentra vigente en el Ecuador, así como reflejar los cambios que se implementaron a partir del año 2006 debido a la implementación del Plan decenal que forma parte de la revolución educativa que se persigue. Este análisis se realiza por método inductivo partiendo desde una perspectiva social y política de los diferentes problemas que la educación ecuatoriana ha enfrentado a una perspectiva económica de las inversiones del gobierno y sus consecuencias. Asimismo, es de tipo reflexiva ya que pretende reflejar implicaciones positivas y negativas del sistema educativo actual. Consta de un enfoque cualitativo, dado que describe algunas de las diferentes políticas que han marcado el actual sistema educativo y todas las características que están presentes en el mejoramiento de la educación nacional y los aspectos esenciales que el gobierno está dejando atrás. El objetivo del análisis es revisar la propuesta y reflejar que el alto gasto público en el sector podría haberse redireccionado al fortalecimiento de proyectos existentes. Finalmente se propondrá alternativas desde la educación enfocada en el individuo.

**Palabras clave:** Educación, Educación Superior, Ecuador, Reforma educativa, Revolución Ciudadana.

### Abstract

This paper aims to analyze the current educational system Ecuador, as well as to reflect the changes implemented since 2006 due to the implementation of the *Plan Decenal*, that is part of the educational revolution that is pursued. This analysis is done by inductive method starting from a social and political perspective of the different problems that Ecuadorian education has faced from an economic perspective of government investments and their consequences. Likewise, it is a reflexive type as it seeks to reflect positive and negative implications of the current educational system. It consists of a qualitative approach, since it describes some of the different policies that have marked the current educational system and all the characteristics that are present in the improvement of the national education and the essential aspects that the government is leaving behind. The objective of the analysis is to review the proposal and reflect that the high public expenditure in the sector could have been redirected to the strengthening of existing projects. Finally we will propose alternatives from the education focused on the individual.

**Keywords:** Education, Higher education, Ecuador, educational reforms, Revolución Ciudadana

### Introducción

“La educación es presente y futuro, justicia y libertad” – Andrés Arauz, ministro de educación Ecuador 2017

Desde la década que empezó en 2006, se comenzó a forjar en Ecuador lo que se bautizó como “Revolución Ciudadana”; proyecto político inaugurado por el ex presidente Rafael Correa Delgado que consiste en una serie de políticas públicas y reformas que pretendían cambiar el rumbo del país catapultando la visión del Socialismo del Siglo XXI. Es así que esta RC por sus siglas, se esparció a todos y cada uno de los sectores de la sociedad, sin excluir, claro está, a la educación.

En el presente trabajo se pretende analizar brevemente el contexto previo a estas reformas al igual que las principales decisiones tomadas a lo largo de esta década y se considerará la situación actual de las mismas. Sin

duda algunas políticas han demostrado ser de mucha ayuda, pero también se han cometido numerosos errores. De cualquier manera, las intenciones del gobierno que estaba al mando llegaron como un punto de inflexión en momento que Ecuador que carecía de orden con respecto al sector educativo, por lo que fueron ampliamente bienvenidas. Una década después de su implementación existe una amplia brecha entre lo deseado y lo realizado, esto plegado de millonarios proyectos que en teoría constituían mejoramientos en cuanto a investigación e infraestructura.

En 2014 especialistas en la rama analizaron las declaraciones del Sistema Nacional de Educación de Ecuador enfocándose en las diferentes políticas y regulaciones gubernamentales que marcaron importantes períodos presidenciales hallando que, logros trascendentales como el boom petrolero en 1972, en muchas maneras contribuyó a la transición desde un enfoque académico basado en la identidad nacional (pensamiento crítico, pluralismo, desarrollo cultural y defensa ecológica) hacia un enfoque académico basado en la tecnocracia, eficiencia y productividad (Sarmiento & Montoya, 2014). De esta manera se entiende que la educación es esencial para un país porque no sólo se ve afectada por la economía sino que también es un agente activo del cambio y reactivación económica.

La educación es un sector que nos compete a todos los ciudadanos de un país ya que refleja el rumbo presente y es punto clave para el crecimiento sostenible. Es así que se considera importante realizar este breve análisis para analizar los avances que ha tenido este plan en comparación a administraciones previo pero también para cuestionar si el plan que se ha implementado fue lo suficientemente acertado como para darle continuidad a una segunda versión.

Asimismo es meritorio de consideración el contexto del país y la naturaleza del sector. Si bien la declaración de DDHH predica que los ciudadanos deben tener acceso a educación, es un campo muy amplio. Por eso se debe analizar qué sector fortalecer o priorizar; por un lado se puede enfocar los esfuerzos en fortalecimiento docente o en mejoramiento de infraestructura, aunque también se debe plantear una mezcla de algunos aspectos. Se considera relevante evaluar el proyecto ya que las circunstancias en las que se propuso han cambiado y es necesario repensar cómo se ha operado, a qué objetivos apuntar y de ser necesario, modificarlo en consecuencia.

### **Metodología**

Este análisis se realiza por método inductivo partiendo desde una perspectiva social y política de los diferentes problemas que la educación ecuatoriana ha enfrentado a una perspectiva económica de las inversiones del gobierno y sus consecuencias. Asimismo, es de tipo reflexiva ya que pretende reflejar implicaciones positivas y negativas del sistema educativo actual. Consta de un enfoque cualitativo, dado que describe algunas de las diferentes políticas que han marcado el actual sistema educativo y todas las características que están presentes en el proceso del progreso de educación nacional y los aspectos esenciales que el gobierno está dejando atrás.

Se ha recurrido a fuentes secundarias para la recolección de información histórica al igual que a los resultados del proyecto educativo analizado.

### **Resultados**

Para comprender los aspectos esenciales de la reestructuración del Sistema de Educación Ecuatoriano es necesario analizar los hechos históricos que han formado las políticas y medidas que rigen el sistema, desde la constitución como una república independiente en 1830 en adelante. En 1830, año en el que Ecuador se constituye ya como República soberana e independiente se empieza a promover por primera vez y a través la

Constitución, la instrucción pública. Se pretendía así eliminar la segregación de las minorías por las nuevas políticas que instituyeron retribuciones equitativas a maestros e igualdad de oportunidades para estudiar, gracias a la división de las instituciones educativas entre escuelas públicas y escuelas privadas. (Luna Tamayo, 2014). En aquel momento, se incitó la democratización de la educación y es así que valores como la justicia y la equidad fueron también promovidos gracias a la influencia de la Revolución Industrial, el Positivismo y Pragmatismo. Durante el mandato del primer presidente, Juan José Flores en 1830, los principales profesorados fueron fundados y la Universidad Central controlaba la mayor parte de la educación superior. Luego en el mandato presidencial de Rocafuerte, donde se hicieron cambios decisivos en la educación, la instrucción pública se convirtió en parte esencial de las obligaciones gubernamentales. (Luna Tamayo, 2014).

Rocafuerte, cuyas reformas económicas respondían al principio liberal de que "el mejor gobierno es el menor gobierno" estaba dispuesto a permitir que las personas conozcan sus derechos para así no ser esclavos de ninguna clase de sistema porque expresaba que la instrucción de las masas afianza la libertad y destruye la esclavitud. Él recibió apoyo de la Asamblea Nacional y en 1835 el gobierno estaba completamente a cargo de la educación. El mandatario también construyó la primera escuela militar y la institución de educación diferenciada, para que las mujeres sean educadas en el país por primera vez. Asimismo, instituciones de educación gratuita fueron creadas y la gente de escasos recursos pudo estudiar (García Muñoz, 2003).

Décadas posteriores, cuando el general Gabriel García Moreno se convirtió en presidente en 1861, muchos aspectos de la educación se mantuvieron iguales dado que él concordaba con los pensamientos de Rocafuerte. Sin embargo se cree que también muchos aspectos mejoraron; se incluyó la inclusión de nuevos modelos europeos y una nueva dirección pedagógica que estaba basada en principios católicos, así como elementos modernos para que las personas sean educadas mediante la más sofisticada visión religiosa del mundo y al mismo tiempo recibieran una instrucción técnica y científica. Se realizó un plan masivo de alfabetismo fue concebido para los indígenas y una escuela estándar fue establecida para la instrucción de profesores indígenas. Estas reformas dieron origen al Normalismo en Ecuador, una estructura pedagógica que era necesaria para el régimen liberal que rigió en el país durante muchos años y se creó la Escuela de Agricultura porque a GM le preocupaba la tecnificación del cultivo agrícola.

Después de la muerte de García Moreno, la educación tuvo problemas debido a la política del país y no se concibieron tantos cambios en la educación por un largo periodo hasta la Revolución Alfariista que en 1897 reformó la Ley de Instrucción Pública que exigía que la educación fuera gratuita, laica y obligatoria. Estas medidas debilitaron el control que la Iglesia tenía sobre la educación (García Muñoz, 2003). En 1906, fue establecida una importante política: la Ley Orgánica de Instrucción Pública que promulgaba separación absoluta del Estado y la Iglesia y supresión de la religión oficial. Es así que se logra además Libertad de enseñanza. Educación pública laica y gratuita, obligatoria en el nivel primario. Absoluta libertad de conciencia y amplias garantías individuales. Prohibición de ser electos legisladores los ministros de cualquier culto. Protección oficial a la raza india y acción tutelar del Estado "para impedir los abusos del concertaje". (García Muñoz, 2003). Con esta política, las escuelas de Arte y Servicio fueron creadas.

Años después, en 1925 cuando se suscitó la Revolución Juliana, se dio un evento importante: la institucionalización del Estado hacia la clase obrera. Con ello, el sistema oligárquico terrateniente comenzó a quebrantarse y la educación se equiparó. El 6 de octubre de 1925, el Pentavirato expide la primera Ley de Enseñanza Superior, que reconoce la autonomía universitaria, es decir, que instituciones de nivel superior se autogobiernen (El Universo, 2004).

Otro logro importante de la Revolución Juliana fue que las universidades ganaron autonomía técnica y administrativa que las hizo más independientes de políticas externas. Las universidades pudieron escoger sus propias autoridades sin intervención gubernamental (Sarmiento & Montoya, 2014). En las décadas de los 30 y 40 la educación estaba socialmente orientada y se le dio mayor importancia al sector rural. Las condiciones se mantuvieron iguales hasta que el país fue impactado por las consecuencias de la post-guerra de las Guerras Mundiales así que la educación estaba dirigida a fomentar la paz entre las naciones.

En 1938, durante el predominio de las doctrinas socialistas de los años 30 y 40, se expide en el Ecuador la Ley de Educación Superior que otorga a las universidades total autonomía y permite su independencia técnica y administrativa del Estado para ser consideradas un medio para lograr el desarrollo, modernización y solución a los problemas de la sociedad y que contiene, entre otros mandatos trascendentales para el país, la declaración de gratuidad para la educación pública en el Ecuador. (Pacheco & Pacheco, 2015)

Muchos cambios se produjeron en los preceptos constitucionales: maestros ganaron mayores salarios y protecciones legales, y nuevas leyes en contra del racismo en el sistema educativo fueron creadas. En este periodo, el objetivo de la educación era eliminar la segregación racial que había causado mucha injusticia y que fue vista como la única manera de incrementar la productividad del país, de esta manera los profesores recibieron un entrenamiento profesional más amplio (Luna Tamayo, 2014). Y es así que en 1944 María Rosa Gómez de la Torre funda la primera escuela bilingüe para indígenas, en la cual participan activamente Dolores Cacuango, Nela Martínez y Tránsito Amaguaña. En 1945, durante la presidencia de Velasco Ibarra, con la nueva Asamblea Constituyente se reconoce la libertad de educación. En virtud de esta declaración se crea la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, en Quito. (El Universo, 2004)

En 1964 una reforma en la educación secundaria la dividía en ciclos: el básico y el diversificado. A lo largo de las décadas de los 70 y 80 el Plan de Entrenamiento y Desarrollo Integral (1973) orientó el sistema educativo al estudio de la realidad nacional y al ser humano en todas sus dimensiones, el cual no era visto como un objeto sino como sujeto del desarrollo social. De este modo, con las premisas mencionadas la educación en el Ecuador estaba ya dando un giro. En el pasado, durante una de las presidencias de José María Velasco Ibarra ya se promovía autonomía y libertad educativas. Sin embargo, el rol del Estado vuelve a ser primordial en el sector y en 1977, con el Consejo Supremo De Gobierno militar a cargo del país se expidió la Ley General de Educación en la que se señala que es una responsabilidad del Estado educar a estudiantes con discapacidades (El Universo, 2004).

En el inicio de la década de los ochentas el país retorna a la democracia con la presidencia del extinto Jaime Roldós Aguilera cuya agenda giraba en torno al desarrollo educativo. Roldós promueve el “Plan Nacional de Alfabetización” que se inicia el 4 de febrero de 1980, junto con el programa de desayuno infantil. Lamentablemente falleció en un trágico accidente aéreo antes de ver culminado su proyecto.

El Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno Democrático 1980-1984 manifestó que una de las limitaciones que frena el desarrollo social es la falta de educación y de capacitación para el trabajo, que padecen amplios sectores de la población. Las políticas de promoción popular, participación y organización social del Gobierno trataron de resolver, en parte, ese grave problema, fortaleciendo la capacidad de gestión del sistema educativo. En función de esta declaración, el Gobierno determinó que la naturaleza y alcance de la educación no están circunscritos al interior del aula; que sus protagonistas no son únicamente el profesor y el alumno, sino toda la

sociedad; por ello, el Plan propuso una política que conlleva las siguientes decisiones (OEI, 2016):

**Gráfico 1:** Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno Democrático 1980-1984

<p>Ampliación significativa de la cobertura de los servicios educativos, principalmente en los sectores marginales;</p> <p>Fomento de la estructuración del pensamiento crítico</p>	<p>Concentración prioritaria de los recursos económicos en la enseñanza primaria y técnica;</p> <p>Consolidación de valores que permitan la organización de una sociedad justa e igualatoria con profundo sentido nacional;</p>	<p>Mejora sustancial de la calidad de la enseñanza;</p> <p>Desarrollo de cada nivel educativo como terminal en sí mismo y no necesariamente como un paso para el nivel siguiente;</p>
<p>Formación de ciudadanos con mentalidad científica, creadora e innovadora;</p> <p>Promoción de una pedagogía centrada en la creatividad del proceso enseñanza-aprendizaje, en la investigación permanente;</p>	<p>Promoción de un espíritu tolerante, pluralista y participativo que favorezca la consolidación del convivir democrático</p>	<p>Articulación, coherencia, continuidad y dirección orgánica al sistema educativo en función de las demandas sociales y los requerimientos del país</p>

Fuente: OEI

**Elaborado:** por autor

Por otro lado, el siguiente presidente electo León Febres-Cordero promulga la Ley del Libro, como un instrumento indispensable para la difusión de la cultura y la transmisión de conocimientos y para promover este hábito. En 1984 se derogaron todas las disposiciones legales sobre la materia y se puso en vigencia un nuevo plan de estudios para el nivel primario, que comprende tres campos:

**Gráfico 2.** Nuevo plan de estudios para el nivel primario

<b>FORMACIÓN CULTURAL BÁSICA</b>	<b>FORMACIÓN TÉCNICO-PRÁCTICA</b>	<b>ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Castellano</li> <li>• Matemáticas</li> <li>• Estudios Sociales</li> <li>• Ciencias Naturales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación Física</li> <li>• Deportes y Recreación</li> <li>• Educación Artística</li> <li>• Actividades Prácticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociación de Clase</li> </ul>

Fuente: OEI

**Elaborado:** por autor

La década de los 90 fue bastante ajetreada en términos generales; hubo aproximadamente 8 presidentes -ya sea electos por votación popular o por designación- en un periodo donde por ley correspondía dos y medio periodos presidenciales. Es así que la educación no fue la excepción. Empezando con Rodrigo Borja se planificó y ejecutó la Campaña Nacional de Alfabetización monseñor Leonidas Proaño, reduciéndose al 9.6 por ciento el índice de analfabetismo (Torres, 1990). El programa movilizó a 67.000 estudiantes y tuvo cerca de 200.000 beneficiarios (El Universo, 2004). Asimismo, se instituyó el Programa Nacional *El Ecuador Estudia*, para garantizar una permanente educación en los sectores marginados. De igual modo, estableció la Educación Preescolar No-

Convencional, la Capacitación Ocupacional, el Desarrollo Cultural y Artístico y el Desarrollo Profesional, Científico y Tecnológico. (Ortega, 2016)

Con Sixto Durán-Ballén al mando, se expide la Ley de Libertad Educativa de las Familias del Ecuador, que establece que, a petición de los padres de familia, planteles implementen la enseñanza religiosa (El Universo, 2004). La educación fue la prioridad, expresada en la modernización del sistema, la evaluación de los estudiantes a través del modelo ‘Aprendo’, el plan nacional de lectura y el cambio curricular derivado de las consultas nacionales precedentes (Segovia, 2016). En 1996 empieza lo que sería un polémico gobierno que duró solo seis meses: el de Abdalá Bucaram. En su mandato no hubo mayor influencia en la educación aunque el escándalo más reconocido es un caso de corrupción denominado “Mochila Escolar”; este consistía en entregar 15 mil mochilas equipadas con útiles escolares a los ciudadanos. Este caso prescribió a inicios de 2017 y es uno de los dos casos por los que el ex presidente continuaba en asilo en Panamá.

En 1996 El Consejo Nacional de Educación y el Ministerio de Educación pusieron en marcha la Reforma Curricular para la Educación Básica, que establece un nuevo pensum del primero al séptimo año de educación obligatoria. Entre 1990 y 2000 las grandes diferencias entre los sectores rurales y urbanos eran evidentes otra vez, y mientras el índice de analfabetismo estaba alrededor del 15% en el sector rural, en el sector urbano era del 5%, de acuerdo al Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador SIISE, (Viteri Diaz, 2006).

En 2001, las diferencias escolares entre las áreas rurales y urbanas eran también indiscutibles, siendo casi el doble en los sectores urbanos (8.7 años vs. 4.9 años) que reflejaban la inequidad que el Feriado Bancario durante el gobierno de Mahuad había traído al país. El factor que más afectó al país al final del Siglo 20 y a principios del Siglo 21 fue la poca oferta de profesores con títulos de maestría en las universidades en contraste con los cargos creados para llenar el incremento en las matrículas (Sarmiento & Montoya, 2014). En el año 2002, entra en funcionamiento Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación (CONEA) encargado de la evaluación interna y externa de las universidades y escuelas politécnicas del país y el control de los respectivos procesos de acreditación institucional de forma autónoma en coordinación con el CONESUP. (Pacheco & Pacheco, 2015) Para 2003, luego de los gobierno de Jamil Mahuad y de Gustavo Noboa, continuaba en discusión la ley de educación que fue planteada al pleno de la Asamblea en 1999. El 26 de enero de 2004, el colegio municipal de Quito, Sebastián de Benalcázar, se constituye como el primer plantel público del país que ofrece bachillerato internacional acorde con la Organización Bachillerato Internacional de Suiza. (El Universo, 2004)

Durante el período de Alfredo Palacio, Ecuador suscribió la iniciativa de las Naciones Unidas denominada “Objetivos de Desarrollo del Milenio” y cuyos principales desafíos eran: erradicar la pobreza extrema y el hambre, lograr la educación primaria universal, promover la igualdad de género, reducir la mortalidad de niños menores de 5 años, mejorar la salud materna, combatir el VIH/sida, el paludismo y otras enfermedades, garantizar la sostenibilidad del medio ambiente y fomentar una alianza mundial para el desarrollo (EFE, 2005).

Entre 1990 y 2006, 57 universidades y escuelas politécnicas fueron creadas, la mayoría eran privadas. A comienzos de la década de los 90 el CONESUP contrató a un grupo de profesionales para que realicen una evaluación del sistema universitario en sus ámbitos institucional, organizativo y académico. El resultado de este análisis arrojó como principales debilidades al menoscabo permanente de la excelencia académica, la inexistencia de un verdadero sistema articulado entre las IES y la falta de políticas de desarrollo del Sistema de Educación Superior (SES) (Pacheco & Pacheco, 2015).



El Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación regido por el CONEA, de acuerdo a la antigua Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) aprobada en 2000, realizó un trabajo inicial basándose en dos pilares básicos para este cometido: la evaluación externa y la autoevaluación. Una fuerte resistencia inicial, un escaso financiamiento y la ausencia de un marco reglamentario sólido impidieron el normal desarrollo del trabajo y dio como resultado la incapacidad del organismo para lograr una evaluación más cabal, la toma de los correctivos necesarios y una posible depuración del sistema (Pacheco & Pacheco, 2015).

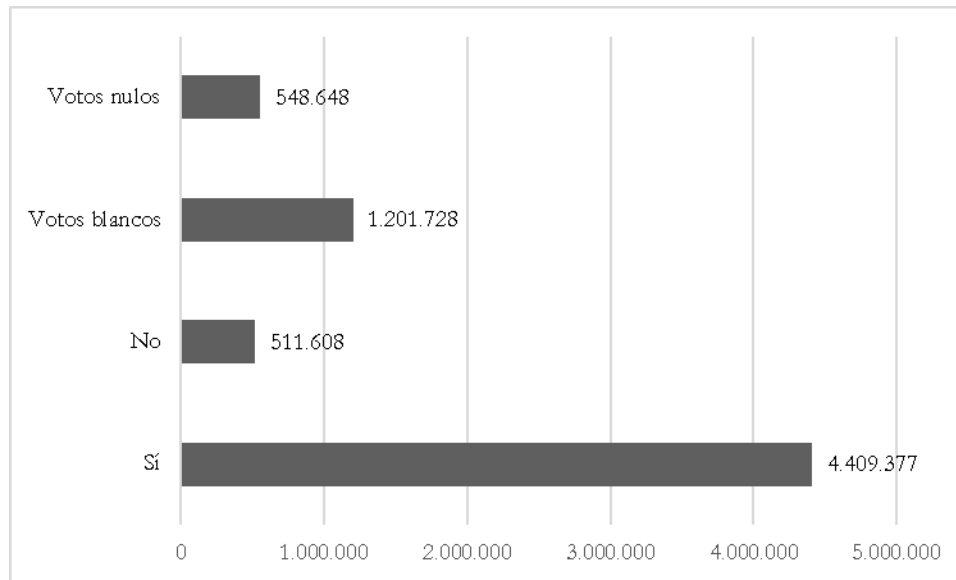
Sin embargo, para 2006 se inaugura la presidencia de Rafael Correa y se implementa una de las principales políticas educativas de Correa es el Plan Decenal de Educación (2006-2015) que pretendía universalizar la educación inicial, alfabetizar adultos y cuyo objetivo principal es garantizar la calidad de la educación nacional con equidad, visión intercultural e inclusiva desde un enfoque de los derechos y deberes para fortalecer la formación ciudadana y la unidad en la diversidad de la sociedad ecuatoriana. Entre las políticas de este plan constan:

### **Políticas del Plan Decenal**

- Universalización de la Educación Inicial de 0 a 5 años.
- Universalización de la Educación General Básica de primero a décimo.
- Incremento de la población estudiantil del Bachillerato hasta alcanzar al menos el 75% de los jóvenes en la edad correspondiente.
- Erradicación del analfabetismo y fortalecimiento de la educación de adultos
- Mejoramiento de la infraestructura y el equipamiento de las Instituciones Educativas.
- Mejoramiento de la calidad y equidad de la educación e implementación de un sistema nacional de evaluación y rendición social de cuentas del sistema educativo.
- Revalorización de la profesión docente y mejoramiento de la formación inicial, capacitación permanente, condiciones de trabajo y calidad de vida.
- Aumento del 0,5% anual en la participación del sector educativo en el PIB hasta el año 2012, o hasta alcanzar al menos el 6% del PIB. (Consejo Nacional de Educación, 2006)

Este plan fue propuesto porque se consideraban los siguientes problemas a resolver: Acceso limitado a la educación y falta de equidad, baja calidad de la educación, poca pertinencia del currículo y débil aplicación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, ausencia de estrategias de financiamiento y deficiente calidad del gasto, infraestructura y equipamiento insuficientes, inadecuada y sin identidad cultural, dificultades en la gobernabilidad del sector e inexistencia de un sistema de rendición de cuentas de todos los actores del sistema. (Consejo Nacional de Educación, 2006) Es así que se formó el ambiente propicio para que en 2006 por consulta popular se aprobara con más del 60% la aplicación del Plan Decenal de Educación.

**Gráfico 3.** Resultados de la Consulta Popular - Plan Decenal de Educación



**Fuente:** Plan decenal de Educación

**Elaborado:** por autor

Los cambios implementados han logrado cambios significativos en algunos indicadores. Sin embargo, la revolución educativa ha demostrado que uno de los aspectos prioritarios es mejoramiento infraestructura y probablemente por ello se está dejando atrás el fortalecimiento institucional, innovación y desarrollo del mercado.

Según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el 2010, 6.8% de ecuatorianos son analfabetos, lo que muestra el mejoramiento comparado con los censos pasados en el 2001, cuando un 9% de la población era analfabeta. Entre los años 2011 y 2013 el proyecto de Educación Básica para Jóvenes y Adultos (EBJA) de parte del Ministro del Ecuador redujo el número a menos de un 4% y está actualmente trabajando en un proyecto de analfabetismo a partir del 2013 al 2017 que pretende reducir el número aún más, y de atender a la realidad de las personas con necesidades especiales (Luna Tamayo, 2014). La calidad de la educación ha mejorado comparándola con los resultados del censo de 1962, en que apenas el 5,4% de la población había recibido educación secundaria incompleta, y sólo el 0,5% tenía educación universitaria. (García Muñoz, 2003)

Según fuentes oficiales, las medidas tomadas para reducir el analfabetismo, han sido satisfactoriamente realizadas. Sin embargo existe un problema latente que no sólo está llevando a la alfabetización, sino que también provoca la deserción escolar: el número de infantes que trabajan (más de 400.000 niños en Ecuador) y esto representa la causa del 33% de los casos notificados de abandono escolar, reduciendo también el nivel de educación general de la población (Lopez & Maldonado, 2010). De acuerdo a los últimos reportes del INEC y de UNICEF en el 2013, el 2.6% de los niños desde los 5 a los 14 años trabaja; la mitad de ellos desarrollan trabajos riesgosos exponiéndolos a dos peligros importantes: los químicos industriales y el exceso de temperaturas extremas, ya sea calientes o heladas. También existe el riesgo que viene del ruido, contaminación y el confinamiento (Serrano Carmona, 2015).

Pero el descontento de la población no gira únicamente alrededor de las mallas curriculares y las evaluaciones puesto que existen problemas sociales que no se han tratado dentro de este nuevo sistema educativo. Se reclama

que no se ha implementado proyectos a nivel nacional que contribuya a la reducción de problemas sociales latentes en el país. Uno de ellos es la falta de un programa que promueva la disminución del micro tráfico de drogas. El Estado señala que la Policía Especializada para Niños, Niñas y Adolescentes, DINAPEN mantiene planes nacionales. Sin embargo, es necesario que los proyectos en pro de disminuir este problema sean elaborados en conjunto y ejecutados bajo la responsabilidad del Ministerio de Educación porque históricamente han realizado proyectos de esta naturales y los estudiantes deben completar un número de horas en actividades pro comunidad que podrían destinarse a este campo.

Otro problema social que se encuentra fuera de la cobertura de campañas del sistema educativo es la alta tasa de embarazos adolescentes. Del total de nacimientos en el 2013, más del 20% corresponden a menores de 19 años, según el INEC. En el 2007 el porcentaje era del 18,9%. El índice de maternidad en menores de 18 años continúa en creciente, sin embargo no existen campañas bajo el Ministerio de Educación puesto que el Gobierno bajo el Ministerio del Plan del Buen Vivir y desde el 2012 ejecuta la Estrategia Nacional Intersectorial de Planificación Familiar, a fin de disminuir los embarazos en este grupo. Sin embargo, este programa cambia de responsabilidad de ministerio y no existen campañas nacionales bajo el liderazgo del Ministerio de Educación.

Por otro lado, el número de profesores genuinamente entrenados en Ecuador es uno de los aspectos que ha sido marcado por el incremento de la población que atiende a escuelas primarias y secundarias. Una de las formas en las que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2006) mide la calidad de educación a través del número de estudiantes en una clase. Aun cuando, en algunas escuelas particulares existen alrededor de 18 a 25 estudiantes por clase; en las escuelas públicas, existen entre 40 a 50 estudiantes por clase (Espinosa Andrade, 2015). Una de las principales causas es la gran demanda que el distrito ofrece a las instituciones públicas y además a la falta de profesores y o fondos de infraestructura que permitan reducir el número de estudiantes por clase (Cevallos, 2010).

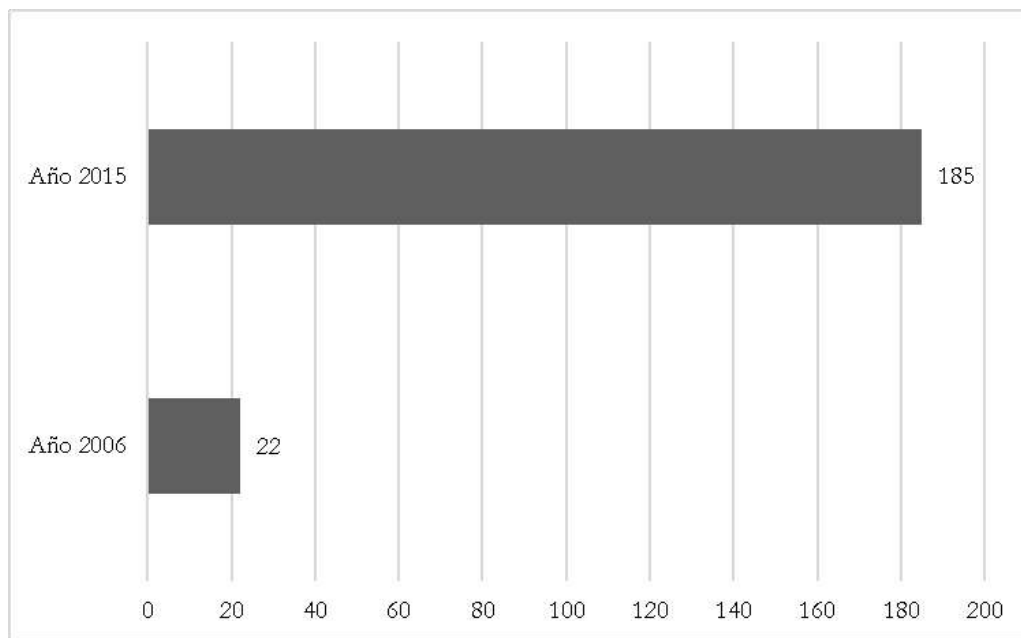
Con respecto a infraestructura el gobierno ha destinado 1.381 millones de dólares en los últimos años para la creación de nuevas emblemáticas universidades como: Universidad de las Artes, UNAE (Universidad Nacional de Educación), Universidad Yachay e IKIAM, costando alrededor de 400 millones de dólares cada una de ellas (MCCTH, 2015). Según el oficialismo, el principal objetivo de la creación de estas universidades es el cambio de la matriz productiva nacional. Pero una de las desventajas más grandes encontradas en la reestructuración del sistema educativo, es la incongruencia que existe entre la preparación exigida para egresar del segundo nivel de estudios y aquella para ingresar al tercer nivel de estudios o educación superior. La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e innovación establece parámetros para el ingreso de los postulantes a las universidades. Sin embargo, según el INEC, la tasa de matriculación en la educación superior cayó de 30,1% en el 2011, año en que se estableció la prueba de admisión, a 26,6%. Lo cual implica que menos ciudadanos tienen la oportunidad de obtener una educación superior y ratifica que existe un divorcio entre los cambios propuestos en la matriz productiva y la realidad del país.

Uno de los proyectos que corrobora lo mencionado es Yachay. El gobierno en 2014 inauguró Yachay, la Ciudad del Conocimiento. Esta es la primera universidad científica tecnológica experimental de Ecuador considerada como el corazón de la Ciudad del Conocimiento (que comprende la construcción de Yachay y un parque tecnológico científico en el cantón Urcuquí, 112 kilómetros de Quito), en donde se prevé que se afinquen nuevas industrias. Según su propia definición institucional Yachay es una “Ciudad planificada para la innovación tecnológica y negocios intensivos en conocimiento, donde se combinan las mejores ideas, talento humano e infraestructura de punta, que generan las aplicaciones científicas de nivel mundial necesarias para alcanzar el buen vivir”.

La obra promete la mejora en el desempeño del Ecuador en sectores relacionados con Ciencias de la Vida, Nanociencias, energías renovables, entre otros que permitan en un plan progresivo lograr un cambio en la matriz productiva nacional que a lo largo de la historia se ha enfocado únicamente en la producción y exportación de commodities. Hasta el momento de su inauguración se habían invertido US\$ 100 millones de un total de US\$ 1.043 millones previstos hasta el 2017 y se recibió a un sinnúmero de docentes tanto nacionales como extranjeros, al igual que a 187 jóvenes ilusionados con estudiar carreras poco explotadas en el país y que se han preparado arduamente para poder superar las evaluaciones de ingreso.

Asimismo se debe reconocer que uno de los planes se cumplió, de modo que de 22 instituciones con Bachillerato internacional en 2006 esto se incrementó a 185 para 2015, de los cuales 144 son entidades públicas. (Diario Expreso, 2015)

**Gráfico 4.**Planteles con Bachillerato Internacional

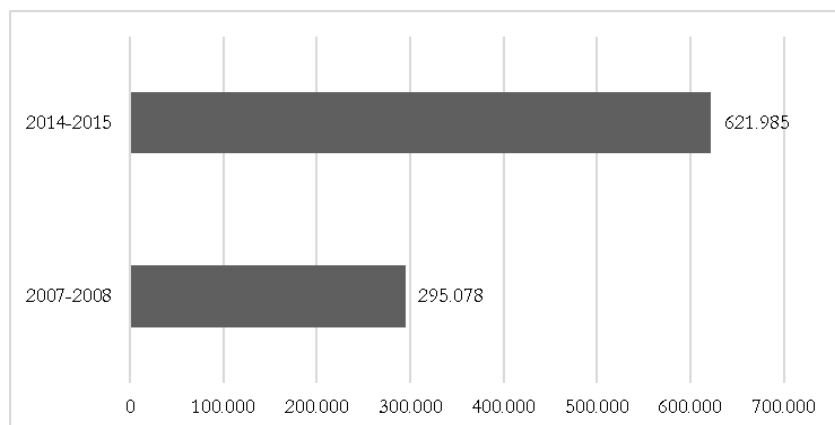


**Fuente:** Plan decenal de Educación

**Elaborado:** por autor

Del mismo modo, se puede concluir que el plan ha generado un impacto positivo; existen más estudiantes matriculados, lo que implica que más estudiantes tienen acceso a la educación tal como lo demuestra el gráfico 5.

**Gráfico 5.** Número de estudiantes matriculados en BGU



**Fuente:** Registros administrativos del MinEdu

**Elaborado:** por autor

El Sistema de Educación presenta algunas brechas que el gobierno gestor de este plan decenal intentó superar; pero no les resultó posible, debido a la diferencia existente entre la situación del Ecuador en los primeros años de la revolución versus la nueva realidad que se vivió a partir de 2008 donde se atravesó el cambio de diversos factores sociales y la presencia de nuevos problemas económicos importantes. En los últimos años, se cree que el gobierno del presidente Rafael Correa le ha dado mucha importancia a los problemas que éstas escuelas y universidades públicas han enfrentado. Asimismo, el CEAACES (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior del Ecuador) está constantemente evaluando diferentes aspectos de la calidad educacional y desde el 2010 la LOES (Ley Orgánica de Educación Superior) permite regular la dinamización de la educación superior (Tafur, 2016).

### **Conclusión**

A pesar de que, Rafael Correa inició una revolución educativa desde el principio de su gestión, son buenas intenciones que aún requieren continuidad. Correa propuso educación gratuita y de calidad, y ha invertido mucho dinero en estos objetivos; pero, lamentablemente "cuánto" se invierte no es lo mismo que "cómo" se invirtió. El principal enfoque de las inversiones ha sido la educación superior, pero de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), los abandonos escolares en los niveles de primaria y secundaria han aumentado. Estos últimos años han proporcionado una democratización de la educación básica, por lo que no resulta costoso, pero existe falta de medidas para asegurar la culminación de la educación básica (Paladines, 2015).

El gobierno aún presenta grandes diferencias entre las diferentes regiones del país. Casi la mitad de estudiantes en las zonas rurales que culminan su educación primaria, abandona la educación secundaria y ha habido muchos proyectos de alfabetización que no pueden continuar el proceso de post-alfabetización con el fin de completar una formación académica significativa para la población pobre (Eslava, 2015). Si el PIB en un país es alto, así mismo debería ser el número de trabajos públicos. Visto desde esta perspectiva e incluyendo una visión macroeconómica y demográfica del país, Ecuador entra en la clasificación de "países en transición demográfica incipiente y de bajos ingresos", y 40% de la población vive en zonas rurales (Tedesco & Lopez, 2002). Por lo tanto, el gobierno se enfrenta a desafíos en la educación que son no sólo en términos financieros, sino que también tienen serias demandas sociales.

Por otro lado, se busca acérrimamente que Ecuador cambie su matriz productiva: que deje de depender de la

explotación petrolífera y demás commodities para que, a través de este tipo de iniciativas, se convierta en un referente tecnológico regional y mundial. Por un lado, es una buena decisión apostar por la educación pero debe existir hilo conductor entre la raíz y los niveles más avanzados. No se puede ser potencia tecnológica restringiendo de la malla curricular básica la asignatura de computación ni tampoco postergando la enseñanza de un idioma extranjero. Mucho menos se logrará incrementando los impuestos a los productos tecnológicos como ordenadores, memorias portátiles, etc. como se lo ha hecho en referido país. Estos puntos son clave en el desarrollo, y sin ellos es muy difícil potenciar el espíritu tecnológico de manera espontánea, así como, por otro lado, se frena una vez que se lo controla de manera centralizada.

Esta propuesta está siendo financiada por dinero estatal y han pretendido que sea de la mejor calidad posible, asumiendo lo que económicamente implica. Pero es probable que una forma de contribuir al desarrollo podría ser abrir fronteras para que los ciudadanos puedan conocer qué se inventa en otros lugares del mundo e inclusive con dichas referencias dar luz verde a su creatividad y por qué no a su función empresarial. Se desarrolla esta ciudad planificada quebrando uno de los principios más importantes de la sociedad: su surgimiento de forma espontánea.

Según los gestores de esta revolución educativa, hoy en día, los estudiantes ecuatorianos tienen un amplio acceso a muchos beneficios como lo son las becas, tecnologías de la información y mejores profesores, pero esto trae consigo una gran responsabilidad que ellos deben atender: un apropiado uso de las inversiones en la educación para crear un progreso social y no empeorar la actual situación económica. Como se mencionó anteriormente, el gobierno de Correa ha emprendido buenas decisiones que han beneficiado el sistema educativo. A pesar de que existieron medidas que tuvieron un buen comienzo, pero que después se convirtieron en una fuente de pérdidas económicas porque los planes no pudieron ser financiados.

También se concluye que Ecuador, desde la historia republicana, ha sido profundamente influenciado por la globalización de la economía y las medidas drásticas de los diferentes gobiernos que han marcado los retrocesos educacionales. Gracias a las políticas relacionadas con proyectos internacionales principalmente, la educación en Ecuador no ha estado aún en estado crítico. En términos generales el Ecuador está progresando en la educación en términos de infraestructura, calidad académica, proyectos de investigación y democratización de la educación pero aún existe una carencia de fondos económicos que ayuden a culminar los proyectos y procesos iniciados.

Es recomendable profundizar la investigación sobre el impacto de los factores sociales que debilitan los planes del gobierno y consecuentemente generar soluciones integrales para una genuina universalización y culminación de las propuestas educacionales. Además, se recomienda la promoción de campañas y estrategias de participación, de una manera en la que la educación se vea como el objetivo principal no sólo para el gobierno, pero para cada uno de los estudiantes, profesores y ciudadanos que se ven afectados por el sistema de educación. Finalmente, es recomendable que nuevas políticas sean creadas con el fin de abrir el mercado nacional a nuevos retos internacionales, por lo que las inversiones para la modernización y la internacionalización de la educación en Ecuador dan al actual sistema educativo la posibilidad de lograr una verdadera mejora no sólo en la infraestructura educacional, sino también en su enseñanza y la calidad académica. Previo a autorizar luz verde al plan decenal 2016-2025 se debe evaluar críticamente si se está llevando el rumbo correcto o hacer un mea culpa para continuar con lo efectivo y prescindir de lo que no resultó.

#### **Referencias bibliograficas**

UTMACH. (2015). Obtenido de <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/>

World Trade Organization. (2017). Obtenido de [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)

Agudelo de Bedout, S. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde Colombia. *Revista de negocios Internacionales*, 2(1), 3-11.

Allen, D. (2006). Comemos combustibles fósiles. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*.

Alvarez, G. (1992). El Costructo "Clima Organizacional": Concepto, teorías, Acciones Investigacion y Resultados Relevantes. *Interamericana de Psocologia Ocupacional*.

Ancona, M., Camacho, M., & Garcia-muñoz, C. (2012). Motivacion laboral en empleados administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. *Revista internacinal de administración y finanzas*, 121-134.

Andrews, K. (1977). El concepto de estrategia en la empresa. Pamplona. Pamplona: Ed Universidad de Navarra.

Angulo, S. (5 de abril de 2017). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. *El Comercio*.

Anónimo. (16 de junio de 2016). Diario El Telegrafo - Economía. Obtenido de MAs de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por-presunta-estafa-masiva>

Ansoff, H. (1976). La estrategia de la empresa. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra.

Ansón Lapeña, J. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.

Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.

Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez, V. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.

Apuy, L. (2008). Factores del Clima Organizacional que influyen en la Satisfacción Laboral del Personal de Enfermería, en el Servicio de Emergencias del Hospital San Rafael de Alajuela, Junio- Noviembre 2008. San José, Costa Rica.

Araujo, A., & Tapia, E. (2015). Economic Problems that Officials and Analysts are Worried About. *El Comercio*, 1.

Araujo, J. A. (2007). Rendimiento empresarial. *Mediterraneo Economico*, I(11), 60.

Arias . (2006). La investigacion documental.

Arredondo, F., Maldonado, V., & De la Garza, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, Actitudes ante edad y género. *Scielo*, 24(43), 285.305.

Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión 2004*; vol. 5(17), 23-29.

Asamble Constituyente. (2014). Código Orgánico Monetario y Financiero. Quito: Lexis.

Asamble Nacional. (2014). Ley Oránico de Discapacidades. Quito.

Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Lexis.

Asamblea Constituyente. (2009). Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera. Quito: Lexis.

Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. (2012). Reservas mundiales. España: CEIDA.

Awad, G., & Valencia, A. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. *Reflexión Política*, 80-89.

Aybar Arias, C., Casino Martínez, A., & López Gracia, J. (2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30121108>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la Responsabilidad Social Empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: Comunicado de Prensa.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>

Banco Mundial. (2013). Los principios de Ecuador. Estados Unidos: <http://www.equator->

principles.com/resources/equator\_principles\_spanish\_2013.pdf.

Barranco Saiz, F. J. (2010). *Marketing Político*. Madrid: ESIC Editorial.

Barrientos Felipa, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. *Semestre Económico*, 122-123.

BCE / INEC / Medios de Comunicación. (09 de marzo de 2017). Diario El Telégrafo. Obtenido de La quiebra de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quiebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas-costaron-usd-8-600-millones>

BCE. (2017). Banco Central del Ecuador. Obtenido de Preguntas Frecuentes / Fondos de liquidez: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/ServiciosBCentral/FondoLiquidez/preguntasFrecuentes.pdf>

Bernal, C. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.

Boada, J. V., & Arguello, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicósomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema, Revista Anual de Psicología*, 125-131.

Bonilla, L. (29 de Mayo de 2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *El Observador Económico*.

Bosma, N., & Amorós, J. E. (2013). *Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe*. Concepción. Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. Obtenido de <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>

Bouhali, R. (2015). *Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning*.

Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. (2007). *Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe*. México: Teoría y Praxis.

Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J. (2007). *Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid.

Bustamante, J. (2013). *Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas, Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TESIS%20COMPLETA.pdf>

Cabrera M. (2013). *El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador*. Quito, Ecuador: tesis de grado Universidad San Francisco De Quito.

Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros. (2013). *Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos Escambray*. Santiago, Chile.: Editorial Edicasa.

Caligiore, I., & Díaz, J. (2003). *lima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio*. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 8. N° 24, 60-64.

Campos, G. (2003). *Implicaciones del Concepto de Empleabilidad*. *Revista Iberoamericana de Educación* (ISSN: 1681-5653).

Canals, A. (2003). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de *La gestión del conocimiento*: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>

Castro Martínez, L. (2012). *El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama*. *Norteamericana*, 14.

CEAACES. (2015). *La gestión e proyectos en las IES*. Guayaquil: Gobierno.

Cevallos, P. (10 de Enero de 2010). *Primary education is practically universalized according to Ecuadorian government*. *EFE News Service*, pág. 1.

Chaparro, L. (2006). *Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas públicas y privadas)*. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 7-32.

Chiang, M., Botelo, M., & Huerta, P. N. (2008). *Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas) Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos*. *Revista*



Universum N: 23 Vol.2, 66-85.

Cibrán Ferraz, P., Prado Román, C., Crespo Cibrán, M., & Huerte Galbán, C. (2013). *Planificación Financiera*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

CIRFS. (02 de 08 de 2017). Obtenido de European Man-Made Fibres Association : <http://www.cirfs.org/>

Clark, C. (1940). *Las condiciones del progreso económico*.

Clement Norris & Pool Jhon. (1982). *Economía: Enfoque América Latina*. México: McGraw-Hill, Pág. 13.

Clerc, I. (2012). *Introducción a las condiciones del trabajo*. OIT. 346 p. Ginebra.

COMEX. (2015). *Importaciones - Evolución*.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde*. Bruselas: Comisión Europea.

Consejo Nacional de Educación. (2006). *Plan Decenal de Educación*. Quito.

Consortio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES). (2010). Quito.

Constitución. (1998). Art. 306. Quito.

Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2015). *El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>

Coviello, M. (2003). *Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: CEPAL.

Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P. (2010). *UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA.* . Loja, Loja, Ecuador: : Universidad Nacional de Loja.

De la Torre, A. (2013). *América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad*. Obtenido de Artículos del Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Definiciones de desarrollo. (2012). *Definiciones de desarrollo*. Recuperado el Julio de 2017, de Definiciones de desarrollo,: <http://www.definicion.org>

Diario Expreso. (15 de Abril de 2015). *Ecuador es un ejemplo en Bachillerato Internacional*.

Díaz, M. (2001). *Rendimiento*. GpSerrano, I(32), 100.

Díaz, R. (2011). *Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo Popular Caracas utilizando métodos prospectivos*. Cuba: Tesis de Maestría, Universidad de Cienfuegos.

Diccionario de la lengua española. (2015). Real Academia Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es>

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). *Macroeconomía*. Décima edición. México: McGraw-Hill Irwin.

Duque, Y., Cardona, M., & Jaime, R. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. Scielo, 29(50).

Economía y Finanzas internacionales . (13 de Junio de 2017). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecualiquidos S.A. (2017). *Misión*. Guayaquil: <http://ecualiquidos.com.ec>.

Edwards, S., & Rodríguez, A. (2008). *Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes*. Quito, Ecuador: Conservación Internacional.

EFE. (16 de Septiembre de 2005). *Palacio asegura haber incorporado los Objetivos de Desarrollo del Milenio*. La Hora Nacional.

El Telégrafo. (5 de Noviembre de 2011). *“Hace bien, hace mejor”, sello estatal a la excelencia*.

El Telégrafo. (2017). *Sector y empleo informales en Ecuador*. Obtenido de El Telégrafo :

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El Universo. (16 de septiembre de 2004). La educación, desde que EL UNIVERSO es testigo. EL UNIVERSO.

El Universo. (15 de Febrero de 2015). Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de RSE.

El Universo. (24 de Mayo de 2016). INEN implementará Mi primer sello de calidad para Mipymes.

Elizondo , A. (2002). Metodología de la investigación contable. México: International Thomson Editores S.A.

Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Obtenido de Emprende pon a andar tus ideas: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>

Eslava, E. (2015). Education in Latin America: Challenges and opportunities for philosophy in the region. *Universitas Philosophica* Vol. 32, 223-243.

ESPAC. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano Ecuador. INEC. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

España , D., & Rivera , E. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Papel Politico*, 1-42.

España Espinoza, D. A., & Rivera Aya, E. N. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Redalyc*, 17(1), 23.

Espinel, L. (2006). condiciones de rendimiento. *Dialnet*, I(30), 86.

Espinosa Andrade, A. (2015). Educational Statistics, Indicators' Report, Vol. 1, March 2015. Quito: Ministerio de Educación.

Esteban, G. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. *Dialnet*, I(28), 55.

Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., Jiménez Naranjo, H. V., & Hernández Mogollón, R. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Madrid. España. Portal Universia S.A. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>

Fernández, A., & Emandez, A. (1986). EK DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA, NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANALISIS. Madrid.

Ferrari, L. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. *Revista Mexicana de Física*, 36-43.

Figueiredo, A. (1993). El modelo del conflicto y la Teoría de Juegos. *Fundamentos Económicos*, 319.

FLACSO Ecuador y MIPRO . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>

Freile, C. (marzo de 2015). Para el Aula. Recuperado el 21 de abril de 2017, de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29)

Fuertes, M. O. (2005). Practicas de emprendimiento. *Dialnet*, I(15), 259.

Ganga, F., Piñones, M., & Saavedra, L. (2015). Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. *FENOpinaonline*.

Garabiza, B. (septiembre de 2015). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Economía.

García Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. *ESPOL Technological Journal*, 2-45.

García, A. (julio de 2009). Eumed.net. Obtenido de El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>

- García, E. (2007). Influencia de las industrias en el Rendimiento. *Dialnet*, I(41), 180.
- García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). *ESTADÍSTICA EMPRESARIAL*. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.
- García, M. (2009). Clima organizacional y su Diagnostico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de administración* , 43-61.
- García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / No. 42*, 43-61.
- García, M., Hernández, T., Navarete, D., Alejandra, C., & Germán, S. (2014). Eeementos de los modelos determinantes del clima organizacional. *European Scientific Journal*, 10(28), 107-122.
- Gasca y Olvera. (2011).
- Global Reporting Initiative. (1997). *Historia GRI*. Estados Unidos.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). GAD Municipal de Machala (GAD). Obtenido de <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>
- Gomez, C. (2004). Diseño, construccion y validadcion de un instrumento que evalua clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al item. *Acta colombiana de sicologia* , 97-113.
- Gomez, N. (2017). *El modelo de Triple helice*. Guayaquil: UESS.
- Gómez-Salas, J. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. *Investigación Económica* , 171-202.
- Gonzalez. (2007). variedad empresarial. *Ventura*, 73.
- Gonzalez. (2007). Variedad Estrategica y rentabilidad empresarial. *Economia Aplicada*, I(72), 200.
- González, J. (2009). *La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles*. México: Divulgación.
- Gottmann, J. (1973). *Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricità*. Torino: Einaudi.
- Goyes, J. (21 de diciembre de 2012). Clima organizacional en la Universidad del Valle, documento de trabajo diagnostico. Obtenido de Universidad del Valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>
- Grajales. (2000).
- Grajales, P. (2014).
- Great Place To Work. (15 de noviembre de 2010). Buen Clima Laboral, una tarea pendiente. *Diario Hoy*.
- Guerrero, G. (2012). *El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV*. IDE Business School.
- Guerrero, R., Focke, K., & Rossini, F. (2010). *Redes de seguridad financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe*. Bogotá: BID.
- Gutierrez, A. (2015). La crisis financiera del 2008. Una visiión desde la macroeconomia del desequilibrio. *RES NON VERBA*, 116.
- Hamel, G. (2011). *El futuro de la administración*.
- Hansé, F. (2010). Quito: CERES.
- Heritage Foundation. (2017). *2017 Index of Economic Freedom*. Washington, DC: Heritage Foundation.
- Hernández Sampieri, R. (l. 2007. 336 p.). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid (España): . McGraw Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, Fernández y Baptista . (2006). *Metodologia de la Investigación*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodologia de la investigación*. Mexico D.F.: McGraw Hill .
- Hernández, R., Mendez, S., & Contreras, R. (2014). Construcción de un istrumento para medir el clima organizacional en funcion del modelo de los valores en competencia. *Contaduría y administración* 59 (1), 229-257.

Herzberg, F. (1954). La Teoría de la Motivación-Higiene.

Herzberg, F. (2003). Una vez mas : como motivar a sus empleados. Harvard Bussines Review, 3-11.

Hurtado, M. (2017). ¿Cuál es el origen del emprendimiento? Obtenido de <https://www.aulaclicks.com/cual-es-el-origen-del-emprendimiento/>

Industrias. (2016). Las industrias de bebidas se fortalece con inversión. Vistazo, 15.

INEC. (2014). Encuesta de superficie y producción agropecuario continua ESPAC 2014. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo 2010. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016 ). Reporte de Economía Laboral. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

Instituto Nacional de, S. (2012). Notas Técnicas de prevención. Primera Edición. Barcelona: : Editorial Series VZ.

Jácome, E. (13 de June de 2016). From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam. El Comercio, págs. 1-2.

Jiménez, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. Energética, 93-105.

Johnson G. y Scholes, K. (1996). Dirección estratégica. Madrid: Ed. Prentice Hall.

Jorge Palencia, I. B. (2007). La Gerencia de Proyectos de Responsabilidad Social. ORBIS, 69-72.

Kaplan, R., & Norton, D. (2005). Cuadro de Mando Integral. . Madrid: : Gestion 2000.

Kaplan, R., & Norton, D. (2008). Estrategia Corporativa. . Harvard Business School Press.

Klare, M. (2012). La geopolítica del gas natural . España: Papeles.

Kreps, D. (1990). Un curso de teoría microeconómica. Princeton : Princeton University Press, 120.

Krugman, P. (2008). Fundamentos de Economía . Barcelona: Editorial Reverté S.a++A.

Kuschick, M. (2010). Marketing y comunicación política . Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 41.

La Hora Nacional. (10 de diciembre de 2016). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.WS4YjfnYuUk>

Lastra, F. (2006). Rendimiento Rentabilidad . yirepa, 15.

Lastra, X., Coloma, J., Espinossa, D., & Herrera, F. (2015). Las energías renovables en la actividad turística. Innovaciones hacia la sostenibilidad. Siembra, 086-094.

Lema, B. M., & Ferrer, M. (2016). The investigative training of teachers: An imperative for higher technological institutes in Ecuador. Santiago, 266-279.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor . (2000). Quito.

Ley Orgánica de Discapacidades. (2012). Quito: Asamblea Nacional.

Líderes. (29 de Septiembre de 2014). El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento.

Líderes. (21 de Noviembre de 2016). El sector alimentos piensa en exportación.

Líderes. (11 de Enero de 2017). e trabaja para exportar más.

Líderes. (3 de Marzo de 2017). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.

Líderes. (11 de Abril de 2017). Un fondo de 10 millones de euros para Mipymes que apuntan a la Unión Europea.

Lima, M., & López, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Quito: CERES.

Littlechild, S., & Thompson, G. F. (1977). Teoría de Juegos y planificacion de estrategias. Campana Journal of Economics vol . 8 , nº 1, 126.

- Llano, L., & Mosquera, V. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad Nacional de Colombia.
- López Mateo, C. (2010). Planeación Financiera en Mipymes de Industrias en Crecimiento: El Caso de los Laboratorios de Naturistas de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.
- López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en PYMES. México. UNAM. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>
- López, A., Contreras, R., & Rubén, M. (2011). La RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario. Scielo, 261-283.
- Lopez, E. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá. Universidad & Empresa, 9-35.
- Lopez, J., & Maldonado, V. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the Eucation Ministry of Ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of Macas. Salesiana Academic Journal (Thesis), 23-107.
- Lousteau, M. (2011). Economía en 3D. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.
- Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). Games and Decisions. Wiley & Sons, 59.
- Luna Tamayo, M. (2014). Educational policies of Ecuador, 1950-2010: State deeds and society's initiatives. UNED, 1-362.
- Malhotra, N. K. (2016). INVESTIGACION DE MERCADOS. Mexico D.F.: Pearson Education.
- Mallo, P. E. (2005). LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD. Buenos Aires: Congreso Metropolitano de Ciencias Economicas.
- Mankiw, G. (2012). Principios de Economía. México: Cengage Learning.
- Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. Revista Universidad EAFIT , 80-87.
- Manuel, F. (2001). Procesos estrategicos y Implicacion para el Rendimiento. Revista Anual, I(38), 116.
- MCCTH. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . EcuadorUniversitario, 1-2.
- Meier, P. (2014). Leveraging Uncertainty: A Practical Approach to the Integration of Responsible Innovation through Design Thinking.
- Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.
- Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.
- Méndez, S. (2003). Fundamentos de Economía. Mexico: Mc Graw Hill 3era Edición.
- Mendoza, M. (11 de Diciembre de 2016). Un viaje al origen del 'boom' bananero. El Comercio.
- Merino, L. (2012). Las energías renovables. España: Energías Renovables para todos.
- Ministerio Coordinador de la Producción, E. y. (2014). Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador-espaniol.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Más de 100 MIPYMES cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de MCE. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Fomento de las pymes ecuatorianas. Guayaquil-Ecuador: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2012). Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. La Habana: Instituto de Estudios e Investigaciones del trabajo.

Ministerio del Trabajo. (2015). Seguridad y Salud en el Trabajo. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.

MIPRO. (2012). Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores. Ministerio de Industria y Productividad.

Mira, M. (2012). La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: un campo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores. España.

Moliner. (2012). relación con el rendimiento y rentabilidad en empresas. *Papersdeturisme*, 75.

Morla, M. (12 de febrero de 2006). Cacao ecuatoriano glorias de siempre. *El Universo*.

Mujica, M., & Perez, I. (2007). Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad. *Revista de Educación*, Año 13, Número 24, 290-304.

Murillo, D. (2007). Rescatar la economía económica de Adam Smith. En *Ética, Economía y Empresa* (pág. 39). Barcelona: Gedisa.

Murillo, D., & Arnau, G. (2007). *Ética, Economía y Empresa*. En *La dimensión moral de la economía* (pág. 84). España: Gedisa S.A.

Naciones Unidas. (2000). Declaración del Milenio. Nueva York: Asamblea General.

Nadal, A. (2002). Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México. México: Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.

Narváez Liceras, A. (2017). Finanzas Corporativas y estudios de casos. Lima: Macro EIRL.

Navarrete, J. (2012). Política Económica. México: Red Tercer Milenio S.C.

Navarro, E. (2008). Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción. *Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización*, 1917-1927.

Noblejas. (2012). Obtenido de [Página 7 Comunicación S.L. C/ Noblejas, 5 Bajo - 28013 Madrid](http://www.pagina7.comunicacion.es/)

OCDE. (s.f.). Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>

OCDE/CEPAL/CAF. (2016). Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento. Paris. Francia. OECD . Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>

Ochoa Setzer , G. (2012). Administración Financiera. Mexico: McGraw-Hill.

OEI. (2016). Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura. Recuperado el 2017, de [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)

Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La transición de la economía informal a la economía formal . Obtenido de Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)

Ordiz, M. (2001). Rendimiento. *Dialnet*, I(45), 252.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2015). Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca. Roma, Italia: FAO.

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)

Ortega, A. (2016). Semblanza del Dr. Rodrigo Borja Acto de Investidura Doctor Honoris Causa. Guayaquil.

Owen, G. (1968). *Game Theory*. Philadelphia: Saunders.

Pacheco, L., & Pacheco, R. (2015). Evolución de la educación superior en el Ecuador. *La Revolución Educativa de la Universidad Ecuatoriana. Pacarina del Sur*.

Páez, T. (2009). Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de. Universidad de Valencia, 1-14.

Paladines, C. (2015). Prospects for change in Basic Education and High School. Ecuador: 2007-2013. *Praxis Educativa*; vol. 19, 3452.

Palma, S. (2000). Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias. *Revista de Investigación en Psicología*, 11-21.

Pardo Granizo, M. A. (2013). Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro. Milagro. Ecuador. UEM. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>: <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>

Patricio Peña, presidente del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa (IEGC). (28 de junio de 2017). El Gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial. Fundación Corresponsable.

Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Jeremy, D., Rebecca, L., Maitlis, S., y otros. (2005). Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation. *Journal of Organizational Behavior*, 379–408.

Pérez, R., & Carrillo, B. (2000). *Desarrollo local: manual de uso* (2da. ed.). Madrid: ESIC.

Pino, J. (2007). *Alto Rendimiento*. Andrews, I(28), 60.

Producción, R. a. (2014). [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec). Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf>

Programa Formación de Formadores en RSE. (s.f.). Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?

Pronaca. (2015). *Memoria sostenible de ser Pronaca*. Guayaquil.

Quijije, B., & Verzosi, C. (2017). Ecuador: Desarrollo local y emprendimiento. En C. Ronny (Ed.), *Perspectiva del desarrollo regional sustentable en Ecuador* (págs. 47-66). Loja: Ediloja Cia. Ltda.

RAE, R. (2017). *Diccionario de Lengua Española*. Obtenido de Estabilidad: <http://www.rae.es/>

Ramírez González A. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*.

Ramírez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). La Motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tubería de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 143-148.

Ramos Ferrin, V. L. (2006). *AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005*. Guayaquil.

Ratzel, F. (1902). *La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida*. Alemania.

Real Academia Española. (29 de junio de 2012). *Diccionario*. Obtenido de Sitio web de la Real Academia de la Lengua: <http://www.rae.es/>

Red de Firmas (PwC). (2016). *Informe del King IV sobre Gobierno Corporativo™ para Sudáfrica 2016*. Sudáfrica: PwC.

Reinoso, H., & Araneda, B. (2007). Diseño y validación de un modelo de medición del clima basado en percepciones y expectativas. *Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre*, 42.

Rentería, E. (2004). *Empeabilidad: una lectura psicosocial*. Seminario Los Trabajos de la Globalización. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.

Restrepo, L., & Gonzalez, J. (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias*, 183-192.

*Revista Ekos*. (06 de 2015). *ekosnegocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>

*Revista Ekos negocios*. (2011). Conformación de la Norma ISO 26000. En *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).

*Revista Ekos negocios*. (2011). ELCAFÉ y su responsabilidad social. En [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com) (Ed.), *Empresas con Responsabilidad Social Corporativa* (págs. 68-69). Ecuador.

- Revista Ekos negocios. (2011). Nestlé: Creación de valor compartido. En Empresas con Responsabilidad Corporativa (págs. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).
- Revista Ekos negocios. (2017). Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB.
- Revista Líderes. (2015). La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador. Obtenido de Revista Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>
- Reyes, P. (2016). Combustibles fósiles y contaminación. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Rio, M. d. (2013). Relacion entre rentabilidad y rendimiento . *Economía* , 73.
- Rios, M. F. (2007). Procesos de Rentabilidad en una Organizacion. *Psicothema*, I(8), 102.
- Rodríguez Puente, E. (enero de 2005). Boletín Técnico. Obtenido de [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL\\_08\\_05\\_MTY\\_FC.PDF](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL_08_05_MTY_FC.PDF)
- Rodriguez, D. (2005). Diagnóstico Organizacional. Buenos Aires: Editorial Alfaomega.
- Rosero, R., Bermúdez, J., Gómez, G., García, M., & Reyes, I. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 267-284.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). Finanzas corporativas. Mexico: McGraw-Hill Companies.
- Rubio Domínguez, P. (2008). Inreoducción a la Gestión Empresarial. Madrid: INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.
- Rubio, P. (2007). Manual de Analisis Financiero. *Derecho y Economía*, I(2), 10.
- Sack, R. (1986). Human Territoriality: Its theory and history. Cambridge University : Press.
- Salgado, J., Remeseiro, C., & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. *Psicothema* , 329-335.
- Samuelson, P. (2001). Macroeconomía. Décima sexta edición. Barcelona: Mc. Graw Hill.
- Samuelson, Paul y Nordhaus William,. (2005). Economía. Mexico: McGraw -Hill. 18.a.ed.
- Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *researchgate.*, 50-62.
- Sánchez, J. (Noviembre de 2015). Tesis de maestría . Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano en Ecuador. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Ciencias Económicas.
- Santos, M. (1994). O Retorno do Território. São Paulo: Hucitec-ANPUR.
- Sarmiento, S., & Montoya, J. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.
- Sashkin, M. (1996). El Cuestionario MbM Gestion por motivación.
- Satterthwaite, M. A. (1975). Economía, aplicacion de estrategia en la teoria de juegos. *J. Econ. Theory*, 187-217.
- Schotter, A., & Schwodiauer, G. (1980). Economía y Teoría de Juegos. *diario of Economic Literature*, 89.
- Secretaria de Relaciones Migratorias y Consulares. (Julio de 2007). Política Migratoria del Ecuador. Obtenido de <http://www.refworld.org/pd/fid/49002e312.pdf>
- Segovia, F. (Noviembre de 2016). Sixto Durán Ballén, el señor Presidente. *El Comercio*.
- Semplades, S. (2013). Plan nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Quito: Semplades.
- Senge, P. (2003). La Quinta Disciplina, El Arte y la Práctica de las Organizaciones que Aprenden. . Currency.
- Serrano Carmona, A. (25 de October de 2015). 47% of working children in Ecuador, in risk situations. 'La Hora', págs. 1-3.
- Shubik, M. (1987). Game Theory in Social Sciences. Massachusetts: MIT Press.
- Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. Londres: Alianza.
- Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. (1990). Economía. España: MacGraw-Hill, Pag. 3.
- Stieler, U. (16 de Julio de 2014). Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador. Obtenido de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>
- Stiglitz, J. (2002). El malestar en la globalización (1era ed.). España: Litografía Losés S.A.
- Superintendencia de Compañía del Ecuador. (2011). Superintendencia de Compañía del Ecuador. Obtenido de



[www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)

Tafur, G. (2016). Impact of New Policies of Higher Education in Universities and Polytechnic Schools of Ecuador. *Business Magazine*, 27-34.

Talledo, M., & Solòrzano, D. (2013). Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.

Tarantino, S. (16 de 06 de 2012). De gerencia. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de-indicadores>

Tedesco, J. C., & Lopez, N. (2002). Secondary Education challenges in Latin America. *CEPAL Magazine*, 55-69.

Tirole, J. (1988). *La teoría de juegos en la organización industrial*. Cambridge: MIT Press.

Tomalá, M. (2003). *Terminos Económicos*. Manta: Análisis Ediciones.

Topanta Vera, M. I. (2010). Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Guayaquil, Guayas, Ecuador:: Escuela Superior Politecnica del Litoral.

Toro, F. (1996). Clima Organizacional y Productividad. *Temas de administracion*, 66-72.

Torres, R. M. (1990). *Alfabetización de adultos en América Latina: Problemas y Tareas*. Quito: Ciudad Centro de Investigaciones.

Transparency International. (2017). Transparency International. Recuperado el 24 de abril de 2017, de [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)

UNESCO. (1988). .

UNESCO. (2006). El currículo a debate. PRELAC Proyecto regional de educación para américa latina y el caribe, 1-160.

UNESCO. (2014). . MARCO DE ACCION PRIORITARIA.

Universidad Técnica de Machala. (2017). Reglamento de Elecciones y Referendo Reformado Abril 2017. Machala: Secretaría General.

Universidad Técnica de Machala. (2017). Resoluciones. Machala: Consejo Universitario.

Valdez, A. (2015). Elaboración de un manual de procedimiento de Seguridad e Higiene del Trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construcción de obras civiles en la empresa FAGA de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/UPS-GT001284.pdf>.

Valdez, A. (s.f). Influencia del Rendimiento. *Dialnet*, II(28), 46.

Vallaes, F. (. (2003). La etica y moral en las instituciones.

Van Horne C., J. W. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera (Decimotercera edición ed.)*. México, México: Pearson Educacion.

Vásquez, H., & Dacosta, O. (2007). Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas. *Ingeniería Investigación y Tecnología*, 249-259.

Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. C., & Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). *Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2, No. 2*, 429-349.

Véliz, J., & Díaz, S. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. Universidad ESAN, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.

Villacís, M. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: Universidad Casa Grande.

Villar, L. (2007). Estado de derecho y Estado social de derecho. *Revista Derecho del Estado*, 10(20), 73-96.

Vinogradoff, L. (05 de 04 de 2014). Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano Leopoldo López. ABC International.

Vistazo. (2016). La industria de bebidas se fortalece con inversión.

Viteri Diaz, G. (2006). Education situation in Ecuador. Latin American economy Observatory, 1-24.

Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de latinoamerica. Washington.

Wateryear. (2007). Obtenido de [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007

world bank group. (2006). ¿Qué es RSE?

Yakumuseoagua. (2008). Obtenido de [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008

Zavala Egas, Z. (1999). Corrupción política: El caso del Ecuador. Corrupción política: El caso del Ecuador. Guayaquil.

# El Marketing Político y los Perfiles de Aceptación de los candidatos a Rector y Vicerrectores de la Universidad Técnica de Machala, año 2017

**Econ. Vladimir Alexander Ávila Rivas**

Universidad Técnica de Machala  
vavila@utmachala.edu.ec

**Lcdo. William Stalin Aguilar Galvez**

Universidad Técnica de Machala  
saguilarg@utmachala.edu.ec

**Lcda. Ana Elizabeth Moscoso Parra**

Universidad Técnica de Machala  
elmoscoso@utmachala.edu.ec

## Resumen

El presente artículo tiene como objetivo principal analizar los perfiles de aceptación de los candidatos a rector y vicerrectores de la UTMACH, así como los partidos políticos a los que pertenecen respectivamente, el estudio se dio durante el desarrollo de las campañas políticas dentro de la institución de educación superior. Para llevar a cabo el estudio se utilizó un enfoque metodológico cualitativo y cuantitativo, y el tipo de investigación es descriptiva, explicativa y exploratoria, y las herramientas que se utilizaron para la recolección de los datos fueron la encuesta y la entrevista. Esta investigación fue realizada durante las elecciones de autoridades para la UTMACH en el periodo 2017 – 2020 que se llevó a cabo desde el 01 al 30 de Julio del 2017, dicha investigación reportó una aceptación mayoritaria por el partido político de Integración Universitaria, el cual está representado por el Ing. Cesar Quezada Abad; quien también obtuvo grandes puntajes dentro de su perfil de aceptación, a través de varias opiniones de los estudiantes de las distintas unidades académicas, es considerado un político líder, esto se debe su buena campaña política, propuestas sólidas, y un conocimiento previo del trabajo en pro de la Universidad como autoridad rectora 2014-2017.

**Palabras claves:** Marketing político, Universidad Técnica de Machala, Elecciones Estudiantiles, Perfil de Aceptación.

## Abstract

The main objective of this article is to analyze the acceptance profiles of candidates for rectors and vice-rectors of UTMACH, as well as the political parties to which they belong respectively; the study was conducted during the development of political campaigns within the institution of higher education. To carry out the study, a qualitative and quantitative methodological approach was used, the type of research is descriptive, explanatory and exploratory, and the tools used to collect the data were the survey and the interview. This research was carried out during the elections of authorities for the UTMACH in the period 2017 - 2020 that took place from 01 to 30 July 2017; this investigation reported a majority acceptance by the political party of University Integration, which is represented by Ing. Cesar Quezada Abad; who also obtained high scores within his acceptance profile, through several opinions of the students of the different academic units, is considered a leading politician; this is due to his good political campaign, solid proposals, and a previous knowledge of the work in pro of the University as the governing authority 2014-2017.

**Keywords:** Political Marketing, Technical University of Machala, student elections, Acceptance Profiles.

## **Introducción**

Las elecciones políticas de los representantes de los diferentes países, ciudades, organizaciones e instituciones, se viene dando como un proceso democrático en el cual se busca la estabilidad política mediante un gobierno que sepa manejar correctamente los recursos en pro de la mejora del territorio que gobierna. Bajo esta modalidad, se ha venido desarrollando campañas políticas en las cuales cada contienda desarrolla propuestas con la intención de conquistar a los electores y de la misma forma establecen candidatos idóneos para ser los posibles ganadores.

En la actualidad la comunicación política se ha dado como proceso importante el cual ha venido implementando varias ideologías en el ámbito político y social, donde los partidos buscan herramientas para fortalecer sus campañas políticas y una de ellas es el marketing político; y para hablar de ese tema es necesario conocer su origen.

Los individuos tienden a formarse impresiones y a desarrollar actitudes con respecto a los movimientos políticos conforme están más expuestos a los medios masivos de información. Finalmente, se observa que la tendencia en los universitarios encuestados ha pasado de la identificación con ideologías partidistas hacia la identificación con ideologías individuales de los candidatos; esto se da con relativa independencia del partido político que los avale, pero depende de las estrategias de inclusión en la campaña, ya que al sentirse identificados con la ideología del candidato y partícipes de sus iniciativas se puede lograr un mayor compromiso en cuanto a su participación y conocimiento político (Awad & Valencia, 2011, pág. 88).

Frente a las distintas premisas mencionadas anteriormente, es necesario hacer énfasis en la problemática que se tiene en la UTMACH debido a los distintos partidos políticos y sus principales candidatos, una de las primeras preguntas planteadas fue ¿Qué se conoce de las elecciones anteriores?, ¿Qué candidatos participaron?, ¿Porque resultaron ganadores las últimas autoridades?, ¿Cuál es el perfil de los candidatos?, al no obtener información sobre estas preguntas, entonces se llegó a establecer que no existe información relevante que sirva de guía o base para las próximas elecciones.

Debido a ello, se establece el objetivo principal analizar los perfiles de aceptación de los candidatos a rector y vicerrectores de la UTMACH 2017-2020 por parte del personal académico; que lo conforman estudiantes y docentes, y el personal administrativo; que lo conforman los servidores y trabajadores de la UTMACH .

## **Marco Teórico**

El marketing político tuvo su origen en Estados Unidos en la década de los cincuenta, fue utilizado en la elección de 1952 resultando como presidente Dwight Davis Eisenhower para luego ampliarse al mundo bajo procesos de transición democrática. Con el avance de la tecnología la inversión en medios de comunicación crece, y con un buen manejo de estrategias de campaña un candidato puede captar más adeptos. (Castro Martinez, 2012, pág. 210).

Desde entonces se viene desarrollando esta disciplina con la intención de analizar los diferentes comportamientos de los votantes durante el proceso electoral. De esta manera esta herramienta da la facilidad a los actores políticos de acercarse a su mercado electoral, con el fin de satisfacer las demandas y necesidades de los electores para en lo consiguiente obtener a cambio sus votos para acceder al poder; todo esto con el correcto uso de técnicas propias del área.

Marketing político está compuesto por técnicas de investigación, gestión y comunicación bajo el diseño de acciones estratégicas y creativas para una campaña política; cuyo objetivo principal es dar a conocer una ideología o candidato, para poder influir o persuadir en la opinión del elector obteniendo el voto según la opción política. (Barranco Saiz, 2010, pág. 20)

Para (Lopez E. , 2016, pág. 14), el marketing político es un conjunto de estrategias que tratan de identificar las necesidades del público electoral en general y la manera en que las ideas políticas poseen una oferta de valor para que tengan la mejor acogida en la sociedad. Esta actividad no solo es llevada a cabo por los políticos, sino también por el gobierno y las empresas privadas cuando necesitan que una idea sea tenida en cuenta por una comunidad. No solo se utiliza para conseguir votos, sino también para incrementar la favorabilidad de una idea.

El marketing político se deriva de la disciplina conocida como marketing, pero deben sustituirse las palabras “cliente” por “votante” y “compra” por “voto a nuestro favor” .Así como en el comercial los ejes centrales son la marca, el producto, sus cualidades y las necesidades que cubre, en el marketing político lo esencial se compone por la fuerza política y el candidato en cuestión, además de la oferta política (España & Rivera , 2012).

Según Barrientos marketing electoral “es la organización de presentación de candidatos y sus estrategias de comunicación para informar a los electores potenciales las características distintivas de la organización y reducir los costos de prospección de los electores. Aplicado durante el tiempo del proceso electoral”, en este sentido para que el candidato logre influir en la opinión de los electores es considerable el manejo de estrategias con un conjunto integrado de herramientas, donde después de una presentación de promesas el candidato junto con su partido político asuma la responsabilidad de cumplirlas, manteniendo el ofrecimiento hasta el final. (Barrientos Felipa, 2010, pág. 122).

En este sentido el momento de la elección es clave para traducir los resultados de las etapas de esfuerzo en el voto favorable, por eso es considerable manejar estrategias de campañas para alcanzar los objetivos de cada fuerza política.

Según Kuschick Murilo 2010, se mencionan varias estrategias de campañas en el marketing político en este estudio se destacan:

- “Realizar un enfoque en la votación del partido denominado voto duro”.
- “Crear una clara diferencia entre oponentes y candidatos basada en las percepciones de los electores”
- “Crear una imagen positiva, probando que su candidato es una buena persona”. (Kuschick, 2010, pág. 38).

Hoy en día se ha llevado a cabo actividades políticas en Instituciones Universitarias donde se promueve espacios, escenarios y mecanismos que hacen efectiva la participación de todos quienes la conforman, como un deber y derecho haciendo factible el proceso de democracia.

El marketing político universitario se ve reflejado en la teoría del marketing político ya que lo que busca es dar a conocer una ideología y el diseño del programa de un partido; pero identificando las necesidades de la sociedad para lograr satisfacerlas, provocando una relación de intercambio entre ambas partes; es ahí donde los estudiantes universitarios destacan que el voto es un derecho como parte de la democracia y una oportunidad que los invita a participar y expresarse, para decidir el rumbo del país siendo partícipes de un cambio y una transformación.

La política universitaria es un término importante para la población de un lugar de estudio, al cual se debe ser participativo en temas relacionados a ello, donde los valores constituyen una variable principal en las actitudes y conductas sociales, para la comprensión de las ideologías que ahí se exponen como espacio de reflexión, debate, y una crítica que debe ser comprendida por las autoridades de una universidad. (España Espinoza & Rivera Aya, 2012, pág. 22).

### **Marco Referencial**

La Universidad Técnica de Machala, nace vinculada a los intereses del desarrollo y compromiso hacia la población estudiantil, se enfoca en la responsabilidad, la tolerancia y el comienzo de un futuro donde los estudiantes ejecuten sus conocimientos adquiridos en las aulas y mediante la vinculación comunitaria.

A través de incansables luchas la comunidad Orense logró la fundación de la universidad, luego de gestionar una serie de trámites la Universidad Técnica de Machala se creó mediante la resolución del Congreso Nacional de la República del Ecuador, por decreto de Ley No. 69-04, del 14 de abril de 1969, publicado en el Registro Oficial No. 161, del 18 del mismo mes y año.

Tiempo después debido a las exigencias del crecimiento de la población universitaria y el desarrollo del medio se dio prioridad a la adecuada gestión académica-administrativa y formación científico-técnico de los estudiantes de la Universidad, la construcción del Campus Universitario y el Complejo Deportivo.

La Universidad Técnica de Machala en perspectiva de ampliar la oferta de formación profesional crea cinco diferentes Unidades Académicas con varias especialidades como:

1. Unidad Académica de Ciencias Agropecuarias. Es la primera Unidad Académica creada. Actualmente el Ing. Wilfrido Iván Villacrés Mieles, ocupa el cargo de Decano y cuenta con las carreras de Ingeniería Acuícola, Economía Agropecuaria, Ingeniería Agronómica y Medicina, Veterinaria y Zootecnia
2. Unidad Académica de Ciencias Empresariales. En el año 2011 por la elevada demanda de estudiantes para las carreras de Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría, Ingeniería en Marketing, Comercio Internacional, Administración de Hotelería y Turismo, se apertura el ciclo vespertino. En la actualidad el Ing. Eudoro Benito Parra Ochoa ocupa el cargo de Decano y se adiciona a lista de carreras la de Economía.
3. Unidad Académica de Ciencias Sociales. En 1970, el Instituto de Ciencias contaba con la especialidad de “Psicología y Sociología “. En la actualidad el Dr. Edguin Geovani Sarango Salazar es quien asume el cargo de Decano y la Unidad cuenta con las siguientes carreras de Artes Plásticas y Visuales, Psicología Clínica, Comunicación Social, Estudios Sociales, Jurisprudencia, Gestión Ambiental, Sociología y Ciencias Políticas Trabajo Social, entre otras.
4. Unidad Académica de Ciencias Químicas y de la Salud. El 13 de octubre de 1970, se inicia el Instituto de Ciencias. En la actualidad el Dr. Jonny Edgar Pérez Rodríguez ocupa el cargo de Decano y cuenta con las carreras en ingeniería en Alimentos, Ingeniería Química, Bioquímica y Farmacia, Ciencias médicas y Enfermería.
5. Unidad Académica de Ingeniería Civil. Fundada el 13 de Octubre de 1970 por el Honorable Consejo Universitario de la Universidad Técnica de Machala. Actualmente el Ing. Magno Armijos Molina es quien asume el cargo de Decano y la Unidad cuenta con las siguientes carreras: Ingeniería Civil e Ingeniería en Sistemas. (UTMACH, 2015).

Actualmente la Universidad Técnica de Machala se encuentra inmersa y participa directamente en las elecciones políticas para elegir a las Primeras Autoridades del periodo 2017 – 2020 y conforme se menciona en el Reglamento De Elecciones y Referendo en la sección 3: Del modo de la elección Art 13. Para las primera

autoridades menciona “La elección de las primeras autoridades de la Universidad Técnica de Machala, será por listas. Se declarará ganadora a la lista con mayor número de votos válidos” (Universidad Técnica de Machala, 2017).

Por lo cual se cuenta con dos partidos políticos inscritos y sus respectivos candidatos como son: Transparencia Universitaria (TU) con sus candidatos a Rectora Dra. Cira Fernández, Vicerrector Académico Dr. Omar Martínez, y Vicerrector Administrativa Soc. Cecibel Espinoza; en el partido Integración Universitaria (IU) sus candidatos a Rector el Dr. Cesar Quezada, Vicerrectora Académica Ing. Amarilis Borja, a Vicerrector Administrativo Dr. Jhonny Pérez, donde cada uno con un proyecto estratégico pone de manifiesto que con trabajo y convicción se lograrán verdaderos cambios, para forjar un futuro por el bien de todos con el compromiso de cumplir lo que se promete.

De la misma manera en la Resolución No. 169/2017 Art. 16, se menciona que la inscripción de las candidaturas deberá realizarse ante la Secretaria o Secretario del Tribunal Electoral, en el plazo y las condiciones establecidas por el Tribunal de conformidad con el presente Reglamento. El periodo de inscripciones no podrá ser menor a diez días y mayor a quince días laborables contados desde la Convocatoria. Una vez concluido el periodo de inscripción de candidaturas, en el plazo máximo de veinticuatro horas, el Tribunal Electoral deberá calificarlas. Para tal efecto, el Tribunal emitirá un Acta de Calificación de Candidaturas que deberá ser notificada a los participantes dentro del mismo plazo, para lo cual se utilizarán preferentemente los medios electrónicos. (Universidad Técnica de Machala, 2017, pág. 2).

Una vez cumplido los requisitos establecidos por el reglamento de la Universidad, se procederá a ejecutar el plan de campaña que ha diseñado cada partido político para poder generar expectativa entre los estudiantes, docentes y personal administrativo logrando así ganar estratégicamente votos a favor.

Las actividades electorales que se llevaran a cabo del 01 de julio del año en curso, es de forma obligatoria para las partes interesadas de la misma manera los votantes habilitados para ejercer su derecho al voto deberá cumplir con la normativa que se expresa el Reglamento De Elecciones y Referendo, capítulo 4: DE LA REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL, Art 23. De su Elección, en el cual menciona que la Rectora o Rector y las Vicerrectoras y Vicerrectores serán elegidos en un acto electoral específico, por votación universal, directa, secreta y obligatoria, de profesoras y profesores e investigadoras e investigadores titulares, de las y los estudiantes legalmente matriculados a partir del segundo año, o el equivalente de su carrera, así como de servidoras y servidores administrativos con nombramiento definitivo y trabajadoras y trabajadores con contrato indefinido de trabajo debidamente empadronados, de conformidad con la Ley, el Estatuto y el presente Reglamento de Elecciones. (Universidad Técnica de Machala, 2017, pág. 9).

Los individuos tienden a formarse impresiones y a desarrollar actitudes con respecto a los movimientos políticos conforme están más expuestos a los medios masivos de información. Finalmente, se observa que la tendencia en los universitarios encuestados ha pasado de la identificación con ideologías partidistas hacia la identificación con ideologías individuales de los candidatos; esto se da con relativa independencia del partido político que los avale, pero depende de las estrategias de inclusión en la campaña, ya que al sentirse identificados con la ideología del candidato y partícipes de sus iniciativas se puede lograr un mayor compromiso en cuanto a su participación y conocimiento político (Awad & Valencia, 2011, pág. 88).

## **Importancia del problema**

Tomando en cuenta los cambios producidos en la sociedad y en este caso en los estudiantes universitarios que cada vez muestran mayor interés por la calidad de educación impartida en las aulas, así como la mejora de infraestructura, exigen una adaptación a las estrategias de los partidos y candidatos, por lo cual es necesario nutrir de valores donde el aspirante debe poseer vocación de servicio, honestidad y liderazgo, entre otras características que conllevan a evaluar el perfil del candidato para obtener un mejor contacto de acercamiento y generar aceptación.

El perfil de cada candidato es una pieza clave al momento de diseñar cada propuesta, se debe analizar minuciosamente cuales son las necesidades existentes en la comunidad tanto estudiantil, administrativo y académica, con la finalidad de llevar a cabo propuestas que se enfoquen a cumplir estas expectativas, además se considera necesario que cada plan de trabajo esté diseñado con propuestas alcanzables y que se puedan cumplir al momento de llegar al poder.

Ante la problemática establecida, ésta tiene un impacto en el ámbito político de la Universidad Técnica de Machala la cual esta derivada de la ausencia de un respectivo estudio, que permita el conocimiento de las interrogantes presentadas en el desarrollo de la encuesta y entrevista dirigida al personal académico, docentes y estudiantes. Por lo tanto, es de gran importancia lograr conocer y determinar, mediante el respectivo estudio el grado de aceptación que tienen los partidos y candidatos políticos presentados en campañas.

El resultado de este trabajo permitirá saber a los estudiantes, docentes y demás personal administrativo cual sería la mejor opción para su voto debido que en el futuro el trinomio ganador estará al frente de la UTMACH como autoridades que deben buscar el beneficio de todas las unidades académicas que pertenecen a la institución.

### **Metodología**

La metodología de la investigación de manera generalizada es la disciplina del conocimiento que a la vez se encarga de sistematizar y definir los métodos, técnicas y procesos adecuados para llevar a cabo el proceso investigativo y conseguir un desarrollo confiable lo largo de exploración. Por esto, la metodología empleada para el caso en estudio, es un grupo de procedimientos racionales y capaces de obtener por medio de los mismos, información veraz e idónea para cumplir con el objetivo de la investigación.

La presente investigación tiene un enfoque CUAN-cual, es decir tiene un enfoque mixto, que según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) la metodología de investigación mixta nos ayuda a comprender dos realidades, una objetiva y una subjetiva, que en el caso de la Universidad Técnica de Machala la realidad objetiva representada por los estudiantes y la subjetiva representada por los docentes y trabajadores de la misma. Con el fin de obtener mayor claridad, validez, explicación y argumentación.

El tipo de investigación es descriptiva, porque se pretende describir una realidad dada en un solo momento y en un solo tiempo único, el principal objetivo la descripción de algo, por lo regular las características o funciones (Malhotra, 2016). Es de tipo explicativa porque se pretender explicar los factores de aceptación de los candidatos y es de tipo exploratorio porque la investigación se la realizo en distintos campos aplicando distintos instrumentos de investigación, como encuestas a estudiantes y entrevistas a docentes y personal administrativo de la Universidad Técnica de Machala.

### **Procedimiento de Recolección de Datos**



Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la información brindada por la Universidad Técnica de Machala referente al número total de votantes, que se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 19 .**Total de Votantes de la UTMACH 2017

Detalle	UACE	UACS	UACQS	UAIC	UACA	ADN. CENT	TOTAL
Docentes	107	60	61	40	51	0	319
Estudiantes	2053	1250	1176	564	599	0	5642
Servidores y Trabajadores	21	19	17	18	39	158	272
<b>TOTAL</b>	<b>2181</b>	<b>1329</b>	<b>1254</b>	<b>622</b>	<b>689</b>	<b>158</b>	<b>6233</b>

Fuente: UTMACH

Conociendo el número de votantes se procedió al cálculo de la muestra para la aplicación de las encuestas a los estudiantes; cuyo total es de 5642, el cual nos dio un resultado de 360 encuestas, pero considerando la información por Unidades Académicas se procedió a estratificar las encuestas, dando como resultado:

**Tabla 2.** Encuestas a Estudiantes de la UTMACH 2017

Detalle	UACE (36.39%)	UACS (22.16%)	UACQS (20.84%)	UAIC (10%)	UACA (10.62%)	TOTAL
Estudiantes	2053	1250	1176	564	599	5642
Muestra por Unid. Acad.	131	80	75	36	38	360

Fuente: UTMACH

Crédito: Autores

Para la investigación cualitativa según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014), los tamaños de muestra comunes para datos cualitativos considera tomar de 20 a 30 casos cuanto el estudio es mediante una entrevista. Por lo tanto se consideró realizar la entrevista a 50 docentes y 50 trabajadores de la Universidad a fin de obtener mejores resultados.

## Resultados

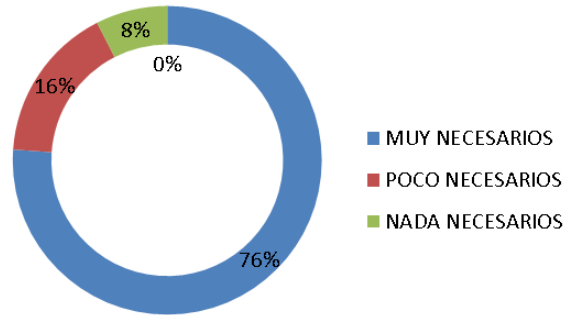
### Análisis de las encuestas

Pregunta 1. ¿Conoce usted los partidos políticos que participan en las elecciones UTMACH 2017?

De las 360 encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala, se tiene que un 86% de los encuestados sí tienen conocimiento de los dos partidos políticos que se han presentado en este periodo de elecciones, y poder lograr influir en la decisión de los electores, el trabajo ha sido eficiente en su forma de comunicarse y presentarse ante el estudiantado, se tiene también un 14% de estudiantes los cuales no tienen conocimiento acerca de que partidos aspiran a ser dignidades principales de la Universidad.

Pregunta 2. ¿Cuan necesarios considera Ud. que son los partidos políticos en la UTMACH?

### Ilustración 1. Necesidad de los Partidos Políticos



**Fuente:** UTMACH

**Crédito:** Autores

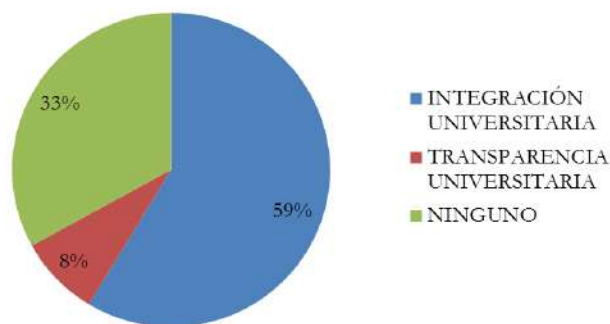
Se puede establecer que la cuarta parte de los estudiantes indican que para el funcionamiento de la misma no es necesario tener un representante político, por lo que sería necesario dar a conocer la importancia de la misma y así cambiar o concientizar a las personas sobre este tema. Pero aun así el 76% de ellos manifiesta la necesidad inherente y sustentable de los partidos políticos a fin de mantener la democracia y equidad de criterios e ideales.

Pregunta 3. ¿Considera usted que los candidatos que integran cada uno de los partidos políticos están aptos para ejercer su cargo?

La gran mayoría de la muestra de los estudiantes de la UTMACH indico que los diferentes candidatos se encuentran aptos para ejercer su función debido a que ya han ejercido funciones en la institución y también porque se encuentran preparados profesionalmente, aunque una parte pequeña lo toma como un punto en contra porque piensan que la continuidad del cargo de una persona puede llevar a un mal entendimiento entre las diferentes partes.

Pregunta 4. ¿Con cuál partido político de la UTMACH se siente identificado en estas elecciones 2017, y porque?

**Ilustración 2.** Identificación del Partido Político



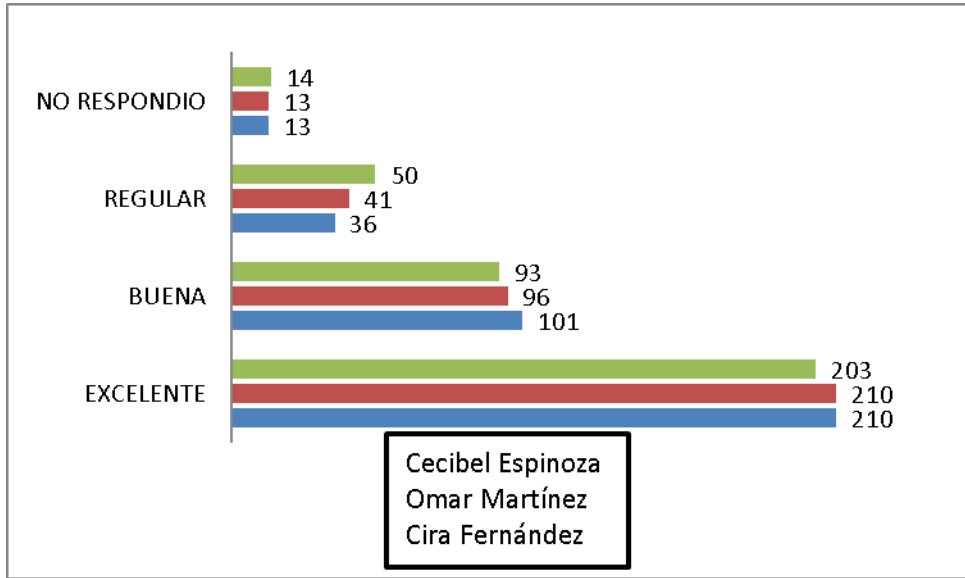
**Fuente:** UTMACH

**Crédito:** Autores

Podemos establecer que una muestra significativa tiene posesionado en su mente el partido político IU porque ha establecido buenas propuestas, las diferentes maneras en que se ha hecho presente al momento de realizar las campañas, un punto a su favor tiene que como ya ha estado antes tiene bases sólidas de lo que ha hecho puede hacer frente a nuevas promesas y hacerlas cumplir.

Pregunta 5. ¿Cómo considera usted la imagen que han proyectado los candidatos a rector y vicerrector para la UTMACH?

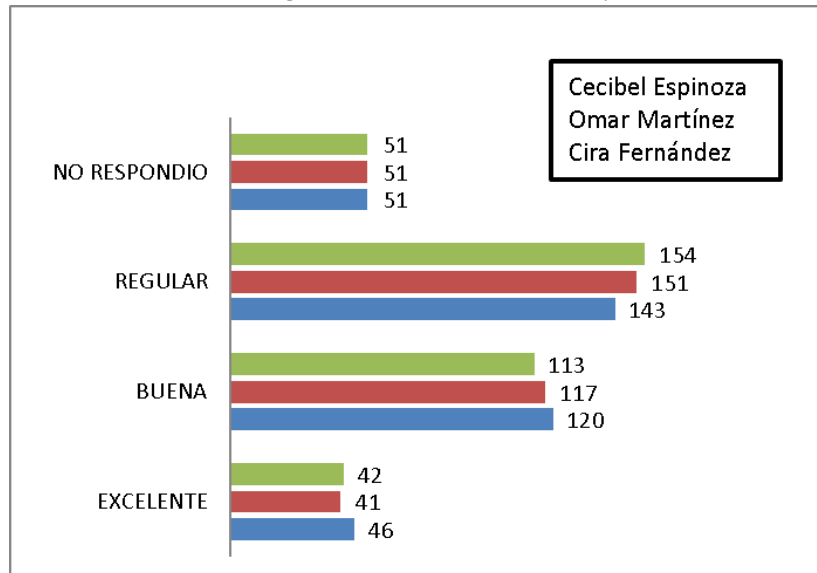
**Ilustración 3.** Imagen de Candidatos a Rector y Vicerrectores IU



Fuente: UTMACH

Crédito: Autore

**Ilustración 4.** Imagen de Candidatos a Rector y Vicerrectores



Fuente: UTMACH

Crédito: Autores

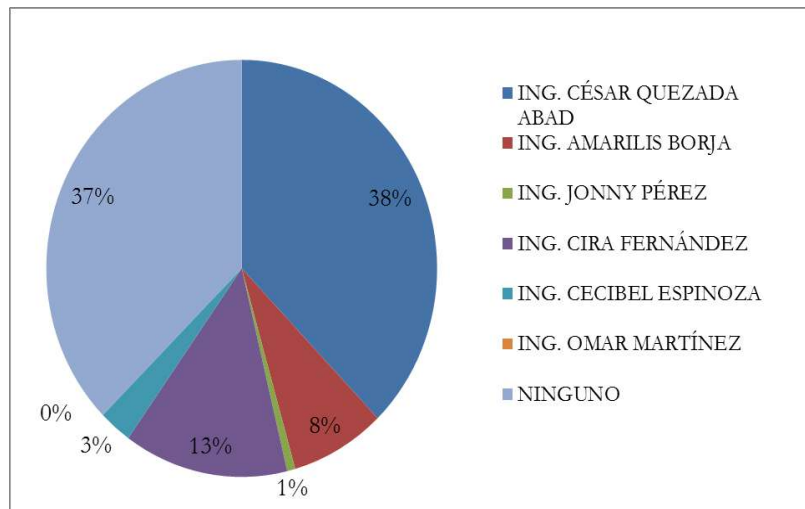
En base a los gráficos se puede apreciar las claras diferencias sobre la imagen de los candidatos entre ambas lista. Esto puede ser al gran posicionamiento del partido político IU y a su funcionamiento anterior por parte de los candidatos los estudiantes estuvieron aptos para calificar de manera más altas al mismo, por lo que podemos decir que a lo largo de este tiempo han mantenido su imagen en el ámbito profesional. En cambio TU al ser un nuevo partido político la calificación de sus candidatos no ha sido muy buena.

Pregunta 6. ¿Cómo identifica al perfil de cada uno de los candidatos a rector y vicerrector para la UTMACH?

Los resultados reflejan que el 30% de los encuestados opinan que el Ing. César Quezada Abad representante a Rector por la lista 1 Integración Universitaria refleja ser un político Líder, de espíritu positivo; esto deja prever que el candidato se ha dado a conocer muy bien de manera personal, y por diferentes medios de comunicación durante su periodo de trabajo como autoridad principal; por lo que la participación a Rectora la Ing. Cira Fernández por lista 2 Transparencia Universitaria con el 19% es catalogada con una personalidad reservada; por el hecho de ser nueva en el ámbito político universitario en este periodo de elecciones, y por ende la falta de acercamiento y el poder relacionarse con los electores siendo el factor que debe ser más aprovechado.

Pregunta 7. ¿Con que candidato a rector y vicerrector para la UTMACH, se siente identificado?

**Ilustración 5.** Identificación de los candidatos



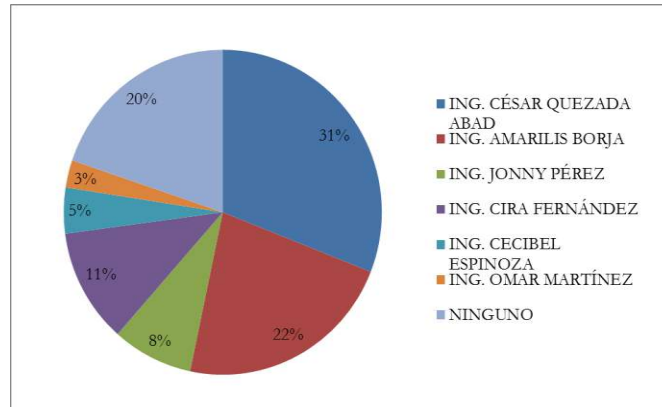
**Fuente:** UTMACH

**Crédito:** Autores

El resultado emitido por las encuestas declara que el 38% se sienten mayormente identificados con el Ing. César Quezada Abad, se considera que esto se debe por su alta participación en actividades académicas dentro de la Universidad y por el trabajo realizado en su anterior administración. Sin embargo, el 37% no se siente identificación por ninguno de los candidatos, se podría decir que los estudiantes no piensan ni identifican cualidades con los mismos.

Pregunta 8. ¿A qué candidato a rector y vicerrector para la UTMACH sigue UD en redes sociales?

**Ilustración 6.** Candidatos que siguen en Redes Sociales



**Fuente:** UTMACH  
**Crédito:** Autores

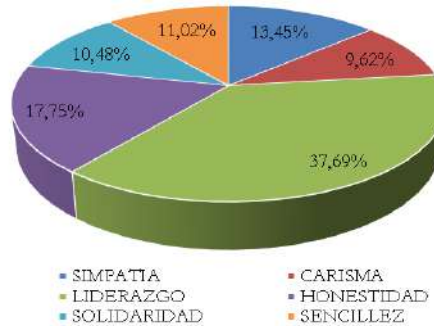
El 31% del total de las encuestas realizadas dan a conocer al Ing. César Quezada Abad es a quien más se siguen en redes sociales, la trayectoria del candidato dentro de la Universidad se podría considerar que fue el motivo por el cual tiene más adeptos que los demás candidatos, además otro de los aspirantes a quien también siguen los cibernautas universitarios es a la Ing. Amarilis Borja con el 22%, al parecer las actividades realizadas por el Pro de la Universidad ha logrado que los estudiantes se interesen por la información dada por las actuales Autoridades.

Pregunta 9. ¿A qué partido político de la UTMACH sigue UD en redes sociales?

El partido político de Integración Universitaria lidera con el respaldo del 58% de los estudiantes que lo siguen en redes sociales y de esta manera mantienen un contacto directo con sus adeptos. Pero hay que destacar que existe un número considerable de estudiantes que no siguen a los partidos políticos (31%), las causas pueden ser desde falta de interés por los partidos a un comportamiento apolítico.

Pregunta 10. ¿Qué actitudes considera que debe tener un candidato político para las elecciones de la UTMACH?

**Ilustración 7.** Actitudes de un Candidato Político UTMACH



**Fuente:** UTMACH  
**Crédito:** Autores

Para poder ejercer una función se deben tener muy en cuenta que uno como persona debe tener o contar con las actitudes necesarias para proyectar una buena imagen ante la sociedad es por ello que para los candidatos en los diferentes partidos políticos tiene que saber que con un 56% las variables más consideradas son el liderazgo y la honestidad, ya que son bases sólidas para poder cumplir todas las metas y objetivos planteados a corto y

largo plazo, que a su vez no solo deben ser esas; sino todas para poder ser dignos de representar los ideales de sus electores.

Pregunta 11. ¿Cómo califica la táctica de desprestigio de las candidaturas para rector y vicerrector de la UTMACH?

Se puede establecer un patrón muy visible y de inconformidad por parte de los estudiantes dando a reflejar que no están de acuerdo a como se están manejando las campañas de desprestigio por parte de los partidos políticos, no solo se debe defender la integridad de sus candidatos, sino la imagen de ellos y de los partidos. Pero aun así existe un número de estudiantes que están de acuerdo con dichas tácticas, y esto se debe a que a veces comparten información que se desconoce de sus candidatos, como actos de corrupción y demás.

Pregunta 12. Si hoy tuviera que votar, ¿Por qué partido político de la UTMACH para estas elecciones 2017votaría?

Se puede deducir casi el 70% de los estudiantes están decididos de votar por IU, esto se ve reflejado en las respuestas anteriores debido a que IU ha obtenido siempre los mayores puntajes de aceptación, considerando aquello es lógico que obtenga gran ventaja, sin embargo aún existe un número considerables de estudiantes que están indecisos porque partido votar.

### **Análisis de las Entrevistas**

En el siguiente resumen se detallará los resultados obtenidos luego de realizar 30 entrevistas tanto a personal administrativo como a docentes de la Universidad Técnica de Machala.

¿Qué opina usted de los candidatos a rector de la Universidad Técnica de Machala?

El 85% de las personas entrevistados nos supieron manifestar que ambos candidatos están ampliamente capacitados para poder estar al frente como rector de la universidad técnica de Machala, de igual manera el 15% restante opino que la mejor elección para ocupar el puesto de rector era el candidato de la lista 1 ya que consideran que es el gestor de los avances obtenidos en los últimos años y que se debe seguir por la misma senda al mando del eco. Cesar Quezada.

¿Con qué Partido Político se siente usted identificado? y ¿Por qué?

El 95% de las personas entrevistadas se siente identificado con el partido de la lista 1, Integración Universitaria porque consideran que ha demostrado seriedad y compromiso con el estudiante, generando un verdadero cambio en la dirigencia estudiantil. Mientras que el otro 5% consideran identificarse con el partido de la lista 2 Transparencia Universitaria debido a que comparten sus mismos ideales y objetivos.

¿Qué propuestas considera usted que debieron haber sido implementadas en estas Campañas Políticas?

El 70% de las 50 personas entrevistadas consideran que se debieron haber implementado propuestas como fortalecer la investigación, dotar de mayor tecnología a los diferentes laboratorios que existen en la UTMACH, así como ofrecer mayor beneficio tanto a estudiantes como docentes en el ámbito laboral.

El 30% restante cree que existieron algunas propuestas que debieron ser incluidas por parte de los candidatos como por ejemplo establecer convenios con empresas para los estudiantes puedan ir a laborar después de egresar de la Universidad. Establecer nexos con otras universidades internacionales para que los docentes tengan la oportunidad de capacitarse en fin de ofrecer al estudiante una enseñanza de calidad.

¿Qué opina sobre las estrategias publicitarias de Campaña que utilizan los candidatos?

En su gran mayoría consideraron que el uso de estrategias publicitarias fue llamativo y que gracias a las diferentes plataformas sociales se pudo conocer más acerca de los candidatos y sus propuestas.

¿Por qué medio de comunicación ha recibido información acerca de las propuestas de campaña de los Partidos?

En este caso el 100% de los entrevistados nos comunicaron que la información que reciben acerca de los candidatos y sus propuestas es a través de los medios sociales ya sea Facebook, Twitter e Instagram.

¿Está dispuesto a apoyar al candidato ya electo?

El 95% está dispuesto a apoyar al candidato que resulte electo ya que consideran que se debe trabajar en conjunto para continuar gestionando los avances de la Universidad, sin embargo, el otro 5% se obtuvo de responder si apoyaría al candidato electo.

¿Cree usted que ha existido equidad al momento de presentar las Campañas Políticas por parte de los Candidatos? y ¿Por qué?

En las entrevistas realizadas tanto a personal administrativo como a docentes el 80% manifestaron que la realización de la campaña, así como la presentación de los candidatos y sus propuestas fueron totalmente equitativas ya que ambos partidos tuvieron el mismo lapso de tiempo para realizar la campaña, así como el uso de las diferentes aéreas para colocar sus vallas, posters, etc.

Acatando las normativas establecidas en el reglamento de la universidad. Así mismo el 20% restante considera que al momento de presentar las campañas hubo cierta parcialidad hacia una lista y no consideran que hubo equidad en estas elecciones.

## **Conclusiones**

El marketing Político dentro de una campaña electoral institucional cumple un rol muy importante, tanto en los candidatos como al partido político que representa, el obtener respuestas rápidas sean estas positivas como negativas del electorado le beneficia; frente a sus propuestas, así como el nivel de aceptación que tienen los votantes en relación a cada uno de los candidatos, para lograr captar adeptos hacia sus partidos, permitiendo que cada candidato tenga y conozca la aceptación que tienen los electores en relación a los perfiles de cada uno.

Dentro del presente estudio la metodología empleada se basó en realizar un estudio cualitativo que es la forma explicativa del caso a través del uso de la técnica de investigación de las entrevistas que permitieron conocer situaciones de los docentes, servidores y trabajadores de la UTMACH, el segundo método de estudio aplicado es el cuantitativo que permitió en forma exploratoria y descriptiva para conocer cada opinión que tuvieron los estudiantes de las cinco Unidades Académicas sobre el perfil de cada candidato, ambos métodos de estudio cumplen un rol muy importante en este tipo de investigación ya que permite el acercamiento directo y la obtención de información lo más real posible.

El método cualitativo de estudio se basó directamente en aplicar un modelo de preguntas en forma de entrevista a 50 docentes, servidores y trabajadores de la UTMACH, con el fin de conocer lo que ellos consideran relevante al elegir un candidato; como resultado de este método se obtuvo que la mayoría consideran que ambos candidatos podrían ser representantes a máxima autoridad de la Universidad pero específicamente se inclinan y se sienten identificados con el partido Integración Universitaria, ya que el representante a rector del mismo el Ing. César Quezada es quien ya ha tenido experiencia en este espacio y a su vez ha demostrado según los

resultados obtenidos ser apto para representar a la Universidad, sin descartar que aquellos que ciertamente no estuvieron del lado del mencionado partido, igualmente están dispuestos a trabajar en conjunto por alcanzar el máximo reconocimiento académico, se consideró que existió cierta inequidad al momento de realizar las campañas políticas; sin embargo es cuestión del partido mismo en este caso Transparencia Universitaria quienes en opinión de ciertos entrevistados no lograron trabajar a cabalidad en la aceptación de sus candidatos y no dieron el uso adecuado de los medios de comunicación con los que contaban, siendo estos, redes sociales, visita a los cursos, imagen y presentación entre otros, un detalle que ambos partidos no lograron trabajarlo en su totalidad fue el no presentar o difundir con mayor énfasis sus propuestas de campaña basándose en el sentido de los contenidos ambos lo trabajaron mayormente en un nivel general y sin centrarse en aspectos que aún debería mejorar la universidad como: establecer nexos con otras universidades internacionales para que docentes y estudiantes se enriquezcan con conocimiento.

El método de estudio cuantitativo fue aplicado a una muestra de 360 estudiantes a nivel de toda la comunidad universitaria; la división de las encuestas fue estratificada según el número de estudiantes de cada Unidad Académica, como resultado de este estudio se concluye que de los dos partidos que aspiraban a formar parte del espacio a máximas autoridades de la Institución, ambos si eran en su mayoría de conocimiento por todos los estudiantes indicando así que su publicidad empleada si logró la difusión de sus partidos sin embargo, la mayoría de estudiantes es decir un porcentaje del 72% de los encuestados no tenían conocimiento de las propuestas de campaña de ambos partidos políticos, teniendo así que más del 50% desconocía o es muy posible que no consideran un dato de mayor relevancia las propuestas que son presentadas y que a su vez su candidato de preferencia sería aquel que tiene los perfiles más adecuados para ser representantes en la Institución influyendo una vez más aquellos que ya han estado al frente de la Universidad y que han trabajado buscando excelencia académica que es lo que toda la comunidad aspira alcanzar.

Dentro de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas los datos que se consideran de mayor relevancia es que un porcentaje del 59% se ve identificado con el partido Integración Universitaria actual partido del rector y candidato nuevamente en estas elecciones, pero el 33% de estudiantes encuestados no se han visto identificado con ninguno de los partidos políticos que se han presentado, es decir, que no cuenta con la motivación o empatía necesaria por verse en una misma visión con los candidatos para estas elecciones, otro detalle interesante es que un 52% de encuestados no comparten o comentan ningún tipo de información impartida por las redes sociales de los candidatos, esto indica que aun teniendo su candidato de mayor preferencia, quienes sean nuevos representantes de la Universidad deberán trabajar este medio digital para lograr abarcar este espacio y dinamizar este medio social junto con los estudiantes ya que el mantener un contacto constante con el estudiantado ayuda a que se motiven y se expresen de mejor forma, fomentando la inclusión y el desarrollo social universitario, demostrando que todos son tomados en cuenta.

Otro aspecto importante del estudio cuantitativo aplicado es que dentro del perfil de los candidatos a rector de la Universidad, un 31% de los estudiantes consideran al Ing. Cesar Quezada Abad del partido Integración Universitaria (IU) quien está para la reelección en estas elecciones es un político líder, alguien constante, habilidoso y positivo ante las situaciones para desempeñar este cargo y que en relación a demás resultados ya presentados es el más apto para desempeñar este cargo, se tiene también un porcentaje del 19% que es equivalente al perfil de la otra candidata la Ing. Cira Fernández del partido Transparencia Universitaria (TU) quien la consideran como un político flemático es decir una persona con total ética moral y con una personalidad muy reservada, concluyendo así que los estudiantes de la UTMACH no consideran a una persona con este perfil como alguien apto para desempeñarse como un representante a máxima autoridad de la Universidad.



## Referencias bibliográficas

- UTMACH. (2015). Obtenido de <https://www.utmachala.edu.ec/portalwp/>
- World Trade Organization. (2017). Obtenido de [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/itip\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/itip_e.htm)
- Agudelo de Bedout, S. (2008). Responsabilidad social empresarial una mirada desde Colombia. *Revista de negocios Internacionales*, 2(1), 3-11.
- Allen, D. (2006). Comemos combustibles fósiles. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*.
- Alvarez, G. (1992). El Costructo "Clima Organizacional": Concepto, teorías, Acciones Investigacion y Resultados Relevantes. *Interamericana de Psocologia Ocupacional*.
- Ancona, M., Camacho, M., & Garcia-muñoz, C. (2012). Motivacion laboral en empleados administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. *Revista internacinal de administración y finanzas*, 121-134.
- Andrews, K. (1977). El concepto de estrategia en la empresa. Pamplona. Pamplona: Ed Universidad de Navarra.
- Angulo, S. (5 de abril de 2017). El riesgo país aumentó tras el resultado electoral del 2 de abril. *El Comercio*.
- Anónimo. (16 de junio de 2016). Diario El Telegrafo - Economía. Obtenido de MAs de mil afectados por presunta estafa masiva: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mas-de-mil-afectados-por-presunta-estafa-masiva>
- Ansoff, H. (1976). *La estrategia de la empresa*. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra.
- Ansón Lapeña, J. Á. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Ansón Lapeña, J. Á., & Pina Martínez, V. (1994). Contenido informativo de la información económico-financiera para evaluar la rentabilidad empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 143-157.
- Apuy, L. (2008). Factores del Clima Organizacional que influyen en laSatisfacción Laboral del Personal de Enfermería, en el Servicio de Emergencias del HospitalSan Rafael de Alajuela, Junio- Noviembre 2008. San José, Costa Rica.
- Araujo, A., & Tapia, E. (2015). Economic Problems that Officials and Analysts are Worried About. *El Comercio*, 1.
- Araujo, J. A. (2007). Rendimiento empresarial. *Mediterraneo Economico*, I(11), 60.
- Arias . (2006). *La investigacion documental*.
- Arredondo, F., Maldonado, V., & De la Garza, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social, Actitudes ante edad y género. *Scielo*, 24(43), 285.305.
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión 2004*; vol. 5(17), 23-29.
- Asamble Constituyente. (2014). Código Orgánico Monetario y Financiero. Quito: Lexis.
- Asamble Nacional. (2014). Ley Oránico de Discapacidades. Quito.
- Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Lexis.
- Asamblea Constituyente. (2009). Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera. Quito: Lexis.
- Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos. (2012). *Reservas mundiales*. España: CEIDA.
- Awad, G., & Valencia, A. (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. *Reflexión Política*, 80-89.
- Aybar Arias, C., Casino Martínez, A., & López Gracia, J. (2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30121108>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Reafirman papel clave de la Responsabilidad Social Empresarial como motor del desarrollo sustentable. Paraguay: Comunicado de Prensa.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2004). *Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia*

internacional. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>

Banco Mundial. (2013). Los principios de Ecuador. Estados Unidos: [http://www.equator-principles.com/resources/equator\\_principles\\_spanish\\_2013.pdf](http://www.equator-principles.com/resources/equator_principles_spanish_2013.pdf).

Barranco Saiz, F. J. (2010). Marketing Político. Madrid: ESIC Editorial.

Barrientos Felipa, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. *Semestre Económico*, 122-123.

BCE / INEC / Medios de Comunicación. (09 de marzo de 2017). Diario El Telégrafo. Obtenido de La quiebra de la banca y congelación de cuentas costaron \$ 8600 millones: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-quiebra-de-la-banca-y-congelamiento-de-cuentas-costaron-usd-8-600-millones>

BCE. (2017). Banco Central del Ecuador. Obtenido de Preguntas Frecuentes / Fondos de liquidez: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/ServiciosBCentral/FondoLiquidez/preguntasFrecuentes.pdf>

Bernal, C. (2006). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.

Boada, J. V., & Arguello, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicósomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación laboral. *Psicothema, Revista Anual de Psicología*, 125-131.

Bonilla, L. (29 de Mayo de 2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *El Observador Económico*.

Bosma, N., & Amorós, J. E. (2013). Global entrepreneurship monitor 2013. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe. Concepción. Chile. Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo. Obtenido de <http://www.cise.es/wp-content/uploads/GEM-2013-Global-Report.pdf>

Bouhali, R. (2015). *Leader Roles for Innovation: Strategic Thinking and Planning*.

Briceda, M., Rincón, E., & Santander, L. (2007). *Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del caribe*. México: Teoría y Praxis.

Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Durán Herrera, J. (2007). *Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales*. Madrid.

Bustamante, J. (2013). *Comerciantes informales del centro de la Ciudad de Machala de las calles Sucre, Guayas, Boyacá y 9 de MYO DEL AÑO 2013*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4591/1/CD00011-2016-TESIS%20COMPLETA.pdf>

Cabrera M. (2013). *El comercio electrónico como un fenómeno mundial: la situación en América Latina y el Ecuador*. Quito, Ecuador: tesis de grado Universidad San Francisco De Quito.

Cabrera, I., Ricardo, H., & y otros. (2013). *Un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en la empresa de productos lácteos Escambray*. Santiago, Chile.: Editorial Edicasa.

Caligiore, I., & Diaz, J. (2003). *lima organizacional y desempeño de los docentes de la Universidad de Los Andes: caso de estudio*. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 8. N° 24, 60-64.

Campos, G. (2003). *Implicaciones del Concepto de Empleabilidad*. *Revista Iberoamericana de Educación* (ISSN: 1681-5653).

Canals, A. (2003). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de *La gestión del conocimiento*: <http://www.uoc.edu/dt/20251/index.htm>

Castro Martinez, L. (2012). *El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama*. *Norteamericana*, 14.

CEAACES. (2015). *La gesion e proyectos en las IES*. Guayaquil: Gobierno.

Cevallos, P. (10 de Enero de 2010). *Primary education is practically universalized according to Ecuadorian government*. *EFE News Service*, pág. 1.

Chaparro, L. (2006). *Motivacion laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones (Factores diferenciadores entre las empresas publicas y privadas)*. *Red de Revistas Cientificas de America Latina, el Caribe*,

España y Portugal, 7-32.

Chiang, M., Botelo, M., & Huerta, P. N. (2008). Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (Instituciones públicas) Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos. Revista Universum N: 23 Vol.2, 66-85.

Cibrán Ferraz, P., Prado Román, C., Crespo Cibrán, M., & Huerte Galbán, C. (2013). Planificación Financiera. Madrid: ESIC EDITORIAL.

CIRFS. (02 de 08 de 2017). Obtenido de European Man-Made Fibres Association : <http://www.cirfs.org/>

Clark, C. (1940). Las condiciones del progreso económico.

Clement Norris & Pool Jhon. (1982). Economía: Enfoque América Latina. México: McGraw-Hill, Pág. 13.

Clerc, I. (2012). Introducción a las condiciones del trabajo. OIT. 346 p. Ginebra.

COMEX. (2015). Importaciones - Evolución.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. Bruselas: Comisión Europea.

Consejo Nacional de Educación. (2006). Plan Decenal de Educación. Quito.

Consortio ecuatoriano de Responsabilidad Social, (CERES). (2010). Quito.

Constitución. (1998). Art. 306. Quito.

Corichi, A., Hernández, T., & García, M. (2015). El clima organizacional: un factor clave de éxito, que debe evaluarse de manera permanente en las empresas. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n3/e1.html>

Coviello, M. (2003). Entorno internacional y oportunidades para el desarrollo de las fuentes renovables de energía en los países de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: CEPAL.

Crespo Córdova, A. B., & Molina Izquierdo, M. P. (2010). UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. UTILIZACIÓN DEL BALANCED SCORECARD PARA LA EMPRESA GALVANICA CIA LTDA. . Loja, Loja, Ecuador: : Universidad Nacional de Loja.

De la Torre, A. (2013). América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad. Obtenido de Artículos del Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Definiciones de desarrollo. (2012). Definiciones de desarrollo. Recuperado el Julio de 2017, de Definiciones de desarrollo,: <http://www.definicion.org>

Diario Expreso. (15 de Abril de 2015). Ecuador es un ejemplo en Bachillerato Internacional.

Díaz, M. (2001). Rendimiento. GpSerrano, I(32), 100.

Díaz, R. (2011). Propuesta de estrategia de desarrollo socio económico local para el consejo Popular Caracas utilizando métodos prospectivos. Cuba: Tesis de Maestría, Universidad de Cienfuegos.

Diccionario de la lengua española. (2015). Real Academia Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es>

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). Macroeconomía. Décima edición. México: McGraw-Hill Irwin.

Duque, Y., Cardona, M., & Jaime, R. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Scielo, 29(50).

Economía y Finanzas internacionales . (13 de Junio de 2017). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/248-el-consumo-y-su-importancia-economica>

Ecualliquidos S.A. (2017). Misión. Guayaquil: <http://ecualiquidos.com.ec>.

Edwards, S., & Rodríguez, A. (2008). Lecciones aprendidas Programa de Turismo Sostenible de Conservación Internacional en los Andes. Quito, Ecuador: Conservación Internacional.

EFE. (16 de Septiembre de 2005). Palacio asegura haber incorporado los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

La Hora Nacional.

El Telégrafo. (5 de Noviembre de 2011). “Hace bien, hace mejor”, sello estatal a la excelencia.

El Telégrafo. (2017). Sector y empleo informales en Ecuador. Obtenido de El Telégrafo : <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/sector-y-empleo-informales-en-ecuador>

El Universo. (16 de septiembre de 2004). La educación, desde que EL UNIVERSO es testigo. EL UNIVERSO.

El Universo. (15 de Febrero de 2015). Pronaca revela los aspectos clave de su estrategia de RSE.

El Universo. (24 de Mayo de 2016). INEN implementará Mi primer sello de calidad para Mipymes.

Elizondo , A. (2002). Metodología de la investigación contable. México: International Thomson Editores S.A.

Emprende . (2012). El origen del emprendimiento. Obtenido de Emprende pon a andar tus ideas: <http://www.emprende.edu.ve/noticias/85-el-origen-del-emprendimiento&Itemid=179>

Eslava, E. (2015). Education in Latin America: Challenges and opportunities for philosophy in the region. *Universitas Philosophica* Vol. 32, 223-243.

ESPAAC. (2015). Superficie. Producción y ventas, según región y provincia Plátano Ecuador. INEC. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

España , D., & Rivera , E. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Papel Político*, 1-42.

España Espinoza, D. A., & Rivera Aya, E. N. (2012). Los universitarios y la democracia en Bogotá: un caso de marketing político. *Redalyc*, 17(1), 23.

Espinel, L. (2006). condiciones de rendimiento. *Dialnet*, I(30), 86.

Espinosa Andrade, A. (2015). Educational Statistics, Indicators' Report, Vol. 1, March 2015. Quito: Ministerio de Educación.

Esteban, G. (1994). Influencia de las condiciones iniciales en el rendimiento de las industrias. *Dialnet*, I(28), 55.

Fernández Portillo, A., Sánchez Escobedo, M. C., Jiménez Naranjo, H. V., & Hernández Mogollón, R. (2015). La importancia de la innovación en el comercio electrónico. Madrid. España. Portal Universia S.A. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>

Fernández, A., & Emandez, A. (1986). EK DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA, NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANALISIS. Madrid.

Ferrari, L. (2013). Energías fósiles: diagnóstico, perspectivas e implicaciones económicas. *Revista Mexicana de Física*, 36-43.

Figueiredo, A. (1993). El modelo del conflicto y la Teoría de Juegos. *Fundamentos Económicos*, 319.

FLACSO Ecuador y MIPRO . (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito. Ecuador. Coediciones. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/publicaciones/detalle/estudios-industriales-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa.4048>

Freile, C. (marzo de 2015). Para el Aula. Recuperado el 21 de abril de 2017, de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para\\_el\\_aula/Documents/para\\_el\\_aula\\_13/pea\\_013\\_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_13/pea_013_0004.pdf#search=Hitos%20de%20la%20historia%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20Ecuador%20%28siglos%20XVI%20DXX%29)

Fuertes, M. O. (2005). Practicas de emprendimiento. *Dialnet*, I(15), 259.

Ganga, F., Piñones, M., & Saavedra, L. (2015). Clima organizacional: Algunos basamentos históricos y conceptuales para la reflexión. *FENOpinaonline*.

Garabiza, B. (septiembre de 2015). Tesis de maestría. El rol de la red de seguridad financiera, los seguros de depositos, y su importancia para la estabilidad financiera ecuatoriana: periodo 2007 - 2013. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Economía.

García Muñoz. (2003). Education: the bases of progress and historical evolution of our system. *ESPOL Technological Journal*, 2-45.

- García, A. (julio de 2009). Eumed.net. Obtenido de El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas de México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/704/IMPORTANCIA%20DEL%20SISTEMA%20FINANCIERO.htm>
- García, E. (2007). Influencia de las industrias en el Rendimiento. Dialnet, I(41), 180.
- García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). ESTADÍSTICA EMPRESARIAL. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.
- García, M. (2009). Clima organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. Cuadernos de administración , 43-61.
- García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / No. 42, 43-61.
- García, M., Hernández, T., Navarete, D., Alejandra, C., & Germán, S. (2014). Elementos de los modelos determinantes del clima organizacional. European Scientific Journal, 10(28), 107-122.
- Gasca y Olvera. (2011).
- Global Reporting Initiative. (1997). Historia GRI. Estados Unidos.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD). (2015). GAD Municipal de Machala (GAD). Obtenido de <http://www.machala.gob.ec/cnh.html>
- Gomez, C. (2004). Diseño, construcción y validación de un instrumento que evalúa clima organizacional en empresas colombianas desde la teoría de respuesta al ítem. Acta colombiana de psicología , 97-113.
- Gomez, N. (2017). El modelo de Triple hélice. Guayaquil: UESS.
- Gómez-Salas, J. C. (2001). Rentabilidad y liquidez alrededor de la fecha de desdoblamiento de las acciones. Investigación Económica , 171-202.
- Gonzalez. (2007). variedad empresarial. Ventura, 73.
- Gonzalez. (2007). Variedad Estratégica y rentabilidad empresarial. Economía Aplicada, I(72), 200.
- González, J. (2009). La generación eléctrica a partir de combustibles fósiles. México: Divulgación.
- Gottmann, J. (1973). Megalopoli, funzioni e relazioni di una pluricità. Torino: Einaudi.
- Goyes, J. (21 de diciembre de 2012). Clima organizacional en la Universidad del Valle, documento de trabajo diagnóstico. Obtenido de Universidad del Valle : <http://gicuv.univalle.edu.co>
- Grajales. (2000).
- Grajales, P. (2014).
- Great Place To Work. (15 de noviembre de 2010). Buen Clima Laboral, una tarea pendiente. Diario Hoy.
- Guerrero, G. (2012). El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV. IDE Business School.
- Guerrero, R., Focke, K., & Rossini, F. (2010). Redes de seguridad financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe. Bogotá: BID.
- Gutierrez, A. (2015). La crisis financiera del 2008. Una visión desde la macroeconomía del desequilibrio. RES NON VERBA, 116.
- Hamel, G. (2011). El futuro de la administración.
- Hansé, F. (2010). Quito: CERES.
- Heritage Foundation. (2017). 2017 Index of Economic Freedom. Washington, DC: Heritage Foundation.
- Hernández Sampieri, R. (l. 2007. 336 p.). Fundamentos de metodología de la investigación. Madrid (España): . McGraw Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). Metodología de la Investigación. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, Fernández y Baptista . (2006). Metodología de la Investigación.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. Mexico D.F.: McGraw Hill .

- Hernández, R., Mendez, S., & Contreras, R. (2014). Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia. *Contaduría y administración* 59 (1), 229-257.
- Herzberg, F. (1954). *La Teoría de la Motivación-Higiene*.
- Herzberg, F. (2003). Una vez mas : como motivar a sus empleados. *Harvard Bussines Review*, 3-11.
- Hurtado, M. (2017). ¿Cuál es el origen del emprendimiento? Obtenido de <https://www.aulaclicks.com/cual-es-el-origen-del-emprendimiento/>
- Industrias. (2016). Las industrias de bebidas se fortalece con inversión. *Vistazo*, 15.
- INEC. (2014). Encuesta de superficie y producción agropecuario continua ESPAC 2014. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). Fascículo Provincial El Oro. Resultados del Censo 2010. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016 ). Reporte de Economía Laboral. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)
- Instituto Nacional de, S. (2012). *Notas Técnicas de prevención*. Primera Edición. Barcelona: : Editorial Series VZ.
- Jácome, E. (13 de June de 2016). From 53.625 teachers tested, 5.5% did not approve the exam. *El Comercio*, págs. 1-2.
- Jiménez, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. *Energética*, 93-105.
- Johnson G. y Scholes, K. (1996). *Dirección estratégica*. Madrid: Ed. Prentice Hall.
- Jorge Palencia, I. B. (2007). *La Gerencia de Proyectos de Responsabilidad Social*. ORBIS, 69-72.
- Kaplan, R., & Norton, D. (2005). *Cuadro de Mando Integral*. Madrid: : Gestion 2000.
- Kaplan, R., & Norton, D. (2008). *Estrategia Corporativa*. Harvard Business School Press.
- Klare, M. (2012). *La geopolítica del gas natural*. España: Papeles.
- Kreps, D. (1990). *Un curso de teoría microeconómica*. Princeton : Princeton University Press, 120.
- Krugman, P. (2008). *Fundamentos de Economía*. Barcelona: Editorial Reverté S.a++A.
- Kuschick, M. (2010). *Marketing y comunicación política*. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, 41.
- La Hora Nacional. (10 de diciembre de 2016). Nuevas reglas para el fondo de liquidez de los bancos. Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102010035#.WS4YjfnYuUk>
- Lastra, F. (2006). *Rendimiento Rentabilidad*. yirepa, 15.
- Lastra, X., Coloma, J., Espinosa, D., & Herrera, F. (2015). *Las energías renovables en la actividad turística. Innovaciones hacia la sostenibilidad*. Siembra, 086-094.
- Lema, B. M., & Ferrer, M. (2016). The investigative training of teachers: An imperative for higher technological institutes in Ecuador. *Santiago*, 266-279.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor*. (2000). Quito.
- Ley Orgánica de Discapacidades*. (2012). Quito: Asamblea Nacional.
- Líderes. (29 de Septiembre de 2014). El sector de las Mipymes está en pleno crecimiento.
- Líderes. (21 de Noviembre de 2016). El sector alimentos piensa en exportación.
- Líderes. (11 de Enero de 2017). e trabaja para exportar más.
- Líderes. (3 de Marzo de 2017). Los emprendedores tienen un nuevo sello que asegura calidad.
- Líderes. (11 de Abril de 2017). Un fondo de 10 millones de euros para Mipymes que apuntan a la Unión Europea.

- Lima, M., & López, M. (2012). Estudio de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Quito: CERES.
- Littlechild, S., & Thompson, G. F. (1977). Teoría de Juegos y planificación de estrategias. *Campana Journal of Economics* vol . 8 , nº 1, 126.
- Llano, L., & Mosquera, V. (2006). El modelo logit una alternativa para medir probabilidad de permanencia estudiantil. Universidad Nacional de Colombia.
- López Mateo, C. (2010). Planeación Financiera en Mipymes de Industrias en Crecimiento: El Caso de los Laboratorios de Naturistas de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.
- López Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en PYMES. México. UNAM. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39546036010>
- López, A., Contreras, R., & Rubén, M. (2011). La RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario. *Scielo*, 261-283.
- Lopez, E. (2016). Del marketingpolítico a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá. *Universidad & Empresa*, 9-35.
- Lopez, J., & Maldonado, V. (2010). Analysis of the impact of the literacy proposal by the Eucation Ministry of Ecuador and improvement and contextual appropriateness of the methodology through a literacy manual for the city of Macas. *Salesiana Academic Journal (Thesis)*, 23-107.
- Lousteau, M. (2011). Economía en 3D. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.
- Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). *Games and Decisions*. Wiley & Sons, 59.
- Luna Tamayo, M. (2014). Educational policies of Ecuador, 1950-2010: State deeds and society's initiatives. *UNED*, 1-362.
- Malhotra, N. K. (2016). *INVESTIGACION DE MERCADOS*. Mexico D.F.: Pearson Education.
- Mallo, P. E. (2005). *LA MEDICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS EN EL BALANCE SCORECARD*. Buenos Aires: Congreso Metropolitano de Ciencias Economicas.
- Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía*. México: Cengage Learning.
- Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. *Revista Universidad EAFIT* , 80-87.
- Manuel, F. (2001). Procesos estrategicos y Implicacion para el Rendimiento. *Revista Anual*, I(38), 116.
- MCCTH. (2015). Four emblematic universities were created with an investment of 1.381 million dollars . *EcuadorUniversitario*, 1-2.
- Meier, P. (2014). *Leveraging Uncertainty: A Practical Approach to the Integration of Responsible Innovation through Design Thinking*.
- Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.
- Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. México: Mc Graw Hill 3era Edición. Pág. 11.
- Méndez, S. (2003). *Fundamentos de Economía*. Mexico: Mc Graw Hill 3era Edición.
- Mendoza, M. (11 de Diciembre de 2016). Un viaje al origen del 'boom' bananero. *El Comercio*.
- Merino, L. (2012). *Las energías renovables*. España: Energías Renovables para todos.
- Ministerio Coordinador de la Producción, E. y. (2014). Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/codigo-de-la-produccion-ecuador-espaniol.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Más de 100 MIPYMES cuentan con herramientas de comercio electrónico. Página oficial de MCE. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Fomento de las pymes ecuatorianas. Guayaquil-Ecuador:

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2012). *Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo*. La Habana: Instituto de Estudios e Investigaciones del trabajo.
- Ministerio del Trabajo. (2015). *Seguridad y Salud en el Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>.
- MIPRO. (2012). *Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores*. Ministerio de Industria y Productividad.
- Mira, M. (2012). *La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: un campo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores*. España.
- Moliner. (2012). *relacion con el rendimiento y rentabilidad en empresas*. *Papersdeturisme*, 75.
- Morla, M. (12 de febrero de 2006). *Cacao ecuatoriano glorias de siempre*. El Universo.
- Mujica, M., & Perez, I. (2007). *Gestión del clima organizacional: Una acción deseable en la universidad*. *Revista de Educación*, Año 13, Número 24, 290-304.
- Murillo, D. (2007). *Rescatar la economía económica de Adam Smith*. En *Ética, Economía y Empresa* (pág. 39). Barcelona: Gedisa.
- Murillo, D., & Arnau, G. (2007). *Ética, Economía y Empresa*. En *La dimensión moral de la economía* (pág. 84). España: Gedisa S.A.
- Naciones Unidas. (2000). *Declaración del Milenio*. Nueva York: Asamblea General.
- Nadal, A. (2002). *Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México*. México: Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.
- Narváez Liceras, A. (2017). *Finanzas Corporativas y estudios de casos*. Lima: Macro EIRL.
- Navarrete, J. (2012). *Política Económica*. México: Red Tercer Milenio S.C.
- Navarro, E. (2008). *Aplicaciones de Maslow y Herzberg a los trabajadores del sector de la construcción*. *Work Organization and Human Resources Management XII Congreso de Ingeniería de Organización*, 1917-1927.
- Noblejas. (2012). Obtenido de *Página 7 Comunicación S.L. C/ Noblejas, 5 Bajo - 28013 Madrid*
- OCDE. (s.f.). Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/estrategia-fortalecimiento-paises-en-desarrollo.pdf>
- OCDE/CEPAL/CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*. Paris. Francia. OECD . Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>
- Ochoa Setzer , G. (2012). *Administración Financiera*. Mexico: McGraw-Hill.
- OEI. (2016). *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la cultura*. Recuperado el 2017, de [www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf](http://www.oei.es/historico/quipu/ecuador/ecu02.pdf)
- Oficina Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *La transición de la economía informal a la economía formal* . Obtenido de Oficina Internacional del Trabajo (OIT): [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_218350.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf)
- Ordiz, M. (2001). *Rendimiento*. *Dialnet*, I(45), 252.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2015). *Mitigación del cambio climático y adaptación en la agricultura, la silvicultura y la pesca*. Roma, Italia: FAO.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2013). *La economía informal Causas, consecuencias y ejes de solución*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo (OIT): [http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU\\_-\\_Roberto\\_Villamil.pdf](http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf)
- Ortega, A. (2016). *Semblanza del Dr. Rodrigo Borja Acto de Investidura Doctor Honoris Causa*. Guayaquil.
- Owen, G. (1968). *Game Theory*. Philadelphia: Saunders.
- Pacheco, L., & Pacheco, R. (2015). *Evolución de la educación superior en el Ecuador. La Revolución Educativa de la Universidad Ecuatoriana. Pacarina del Sur*.
- Páez, T. (2009). *Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de*.



Universidad de Valencia, 1-14.

Paladines, C. (2015). Prospects for change in Basic Education and High School. Ecuador: 2007-2013. Praxis Educativa; vol. 19, 3452.

Palma, S. (2000). Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias. Revista de Investigación en Psicología, 11-21.

Pardo Granizo, M. A. (2013). Estrategias de comercialización y fidelización de clientes en las empresas familiares del cantón Milagro. Milagro. Ecuador. UEM. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/489>

Patricio Peña, presidente del Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa (IEGC). (28 de junio de 2017). El Gobierno corporativo y la Responsabilidad Social Empresarial. Fundación Corresponsable.

Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Jeremy, D., Rebecca, L., Maitlis, S., y otros. (2005). Validating the organizational climate measure: links to managerial practices, productivity and innovation. Journal of Organizational Behavior, 379-408.

Pérez, R., & Carrillo, B. (2000). Desarrollo local: manual de uso (2da. ed.). Madrid: ESIC.

Pino, J. (2007). Alto Rendimiento. Andrews, I(28), 60.

Producción, R. a. (2014). [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec). Recuperado el 12 de 06 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf>

Programa Formación de Formadores en RSE. (s.f.). Qué otras definiciones referenciales se pueden aportar?

Pronaca. (2015). Memoria sostenible de ser Pronaca. Guayaquil.

Quijije, B., & Verzosi, C. (2017). Ecuador: Desarrollo local y emprendimiento. En C. Ronny (Ed.), Perspectiva del desarrollo regional sustentable en Ecuador (págs. 47-66). Loja: Ediloja Cia. Ltda.

RAE, R. (2017). Diccionario de Lengua Española. Obtenido de Estabilidad: <http://www.rae.es/>

Ramírez González A. (2010). Metodología de la Investigación Científica.

Ramirez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). La Motivacion laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales; Caso empresa manufacturera del tuberia de acero. Daena: International Journal of Good Conscience, 143-148.

Ramos Ferrin, V. L. (2006). AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. AUDITORÍA DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA BANCA EN EL ECUADOR PERIODO JULIO - DICIEMBRE DEL 2005. Guayaquil.

Ratzel, F. (1902). La geografía humana, sus relaciones con la geografía de la vida. Alemania.

Real Academia Española. (29 de junio de 2012). Diccionario. Obtenido de Sitio web de la Real Academia de la Lengua: <http://www.rae.es/>

Red de Firmas (PwC). (2016). Informe del King IV sobre Gobierno Corporativo <sup>TM</sup> para Sudáfrica 2016. Sudáfrica: PwC.

Reinoso, H., & Araneda, B. (2007). Diseño y validación de un modelo de medición del clima basado en percepciones y expectativas. Revista Ingeniería Industrial - Año 6, N° 1 - Segundo Semestre , 42.

Rentería, E. (2004). Empleabilidad: una lectura psicosocial. Seminario Los Trabajos de la Globalización. Medellín: Escuela Nacional Sindical ENS.

Restrepo, L., & Gonzalez, J. (2007). De Pearson a Spearman. Revista Colombiana de Ciencias, 183-192.

Revista Ekos. (06 de 2015). [ekosnegocios](http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446). Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>

Revista Ekos negocios. (2011). Conformación de la Norma ISO 26000. En Empresas con Responsabilidad

Social Corporativa (págs. 28-43). Quito: [www.ejonegocios.com](http://www.ejonegocios.com).

Revista Ekos negocios. (2011). ELCAFÉ y su responsabilidad social. En [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com) (Ed.), Empresas con Responsabilidad Social Corporativa (págs. 68-69). Ecuador.

Revista Ekos negocios. (2011). Nestlé: Creación de valor compartido. En Empresas con Responsabilidad Corporativa (págs. 54-57). Quito: [www.ekosnegocios.com](http://www.ekosnegocios.com).

Revista Ekos negocios. (2017). Industria de Alimentos: manufactura de mayor aporte al PIB.

Revista Líderes. (2015). La informalidad laboral, una condición arraigada en Ecuador. Obtenido de Revista Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/informalidad-laboral-condicion-ecuador.html>

Reyes, P. (2016). Combustibles fósiles y contaminación. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Rio, M. d. (2013). Relacion entre rentabilidad y rendimiento . *Economía* , 73.

Rios, M. F. (2007). Procesos de Rentabilidad en una Organizacion. *Psicothema*, I(8), 102.

Rodríguez Puente, E. (enero de 2005). Boletín Técnico. Obtenido de [http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL\\_08\\_05\\_MTY\\_FC.PDF](http://www.imef.org.mx/publicaciones/boletinestecnicosorig/BOL_08_05_MTY_FC.PDF)

Rodriguez, D. (2005). Diagnóstico Organizacional. Buenos Aires: Editorial Alfaomega.

Rosero, R., Bermúdez, J., Gómez, G., García, M., & Reyes, I. (2012). Análisis psicométrico del cuestionario de clima laboral de la Fuerza Aérea Colombiana. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 267-284.

Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2010). Finanzas corporativas. Mexico: McGraw-Hill Companies.

Rubio Domínguez, P. (2008). Inreoducción a la Gestión Empresarial. Madrid: INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.

Rubio, P. (2007). Manual de Analisis Financiero. *Derecho y Economía*, I(2), 10.

Sack, R. (1986). Human Territoriality: Its theory and history. Cambridge University : Press.

Salgado, J., Remeseiro, C., & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción Laboral en una PYME. *Psicothema* , 329-335.

Samuelson, P. (2001). Macroeconomía. Décima sexta edición. Barcelona: Mc. Graw Hill.

Samuelson, Paul y Nordhaus William,. (2005). Economía. Mexico: McGraw -Hill. 18.a.ed.

Sanchez. (2001). Rentabilidad de un sistema intensivo de producción. *researchgate.*, 50-62.

Sánchez, J. (Noviembre de 2015). Tesis de maestría . Las microfinanzas y su impacto en el desarrollo humano en Ecuador. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - Facultad de Ciencias Económicas.

Santos, M. (1994). O Retorno do Território. São Paulo: Hucitec-ANPUR.

Sarmiento, S., & Montoya, J. (2014). Historical trends of permanent training of teachers in basic higher education. *Santiago*, 171-183.

Sashkin, M. (1996). El Cuestionario MbM Gestion por motivación.

Satterthwaite, M. A. (1975). Economía, aplicacion de estrategia en la teoría de juegos. *J. Econ. Theory*, 187-217.

Schotter, A., & Schwodiauer, G. (1980). Economía y Teoría de Juegos. *diario of Economic Literature*, 89.

Secretaria de Relaciones Migratorias y Consulares. (Julio de 2007). Política Migratoria del Ecuador. Obtenido de <http://www.refworld.org/pdfid/49002e312.pdf>

Segovia, F. (Noviembre de 2016). Sixto Durán Ballén, el señor Presidente. *El Comercio*.

Semplades, S. (2013). Plan nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Quito: Semplades.

Senge, P. (2003). La Quinta Disciplina, El Arte y la Práctica de las Organizaciones que Aprenden. . Currency.

Serrano Carmona, A. (25 de October de 2015). 47% of working children in Ecuador, in risk situations. 'La Hora', págs. 1-3.

Shubik, M. (1987). Game Theory in Social Sciences. Massachusetts: MIT Press.

Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. Londres: Alianza.

Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch y Richard Schmalensee. (1990). Economía. España: MacGraw-Hill, Pag. 3.

Stieler, U. (16 de Julio de 2014). Mejor clima para Energías Renovables en Ecuador. Obtenido de

<http://ecuador.ahk.de/es/servicios/informaciones-ecuador/energia-renovable/>

Stiglitz, J. (2002). *El malestar en la globalización* (1era ed.). España: Litografía Losés S.A.

Superintendencia de Compañía del Ecuador. (2011). Superintendencia de Compañía del Ecuador. Obtenido de [www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20120106065627.docx)

Tafur, G. (2016). Impact of New Policies of Higher Education in Universities and Polytechnic Schools of Ecuador. *Business Magazine*, 27-34.

Talledo, M., & Solòrzano, D. (2013). Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.

Tarantino, S. (16 de 06 de 2012). De gerencia. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/investigacion-de-sintesis-y-la-triangulacion-para-la-verificacion-de-indicadores>

Tedesco, J. C., & Lopez, N. (2002). Secondary Education challenges in Latin America. *CEPAL Magazine*, 55-69.

Tirole, J. (1988). *La teoría de juegos en la organización industrial*. Cambridge: MIT Press.

Tomalá, M. (2003). *Terminos Económicos*. Manta: Análisis Ediciones.

Topanta Vera, M. I. (2010). *Diseño e implementación de Indicadores de Gestión*. Diseño e implementación de Indicadores de Gestión. Guayaquil, Guayas, Ecuador:: Escuela Superior Politecnica del Litoral.

Toro, F. (1996). *Clima Organizacional y Productividad*. Temas de administracion, 66-72.

Torres, R. M. (1990). *Alfabetización de adultos en América Latina: Problemas y Tareas*. Quito: Ciudad Centro de Investigaciones.

Transparency International. (2017). Transparency International. Recuperado el 24 de abril de 2017, de [http://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](http://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)

UNESCO. (1988). .

UNESCO. (2006). *El currículo a debate. PRELAC Proyecto regional de educación para américa latina y el caribe*, 1-160.

UNESCO. (2014). . MARCO DE ACCION PRIORITARIA.

Universidad Técnica de Machala. (2017). *Reglamento de Elecciones y Referendo Reformado Abril 2017*. Machala: Secretaría General.

Universidad Técnica de Machala. (2017). *Resoluciones*. Machala: Consejo Universitario.

Valdez, A. (2015). *Elaboración de un manual de procedimiento de Seguridad e Higiene del Trabajo para el control de los factores de riesgo de las actividades de construcción de obras civiles en la empresa FAGA de la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10260/1/UPS-GT001284.pdf>.

Valdez, A. (s.f). *Influencia del Rendimiento*. Dialnet, II(28), 46.

Vallaes, F. (. (2003). *La etica y moral en las instituciones*.

Van Horne C., J. W. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera* (Decimotercera edición ed.). México, México: Pearson Educacion.

Vásquez, H., & Dacosta, O. (2007). Fermentación alcohólica: Una opción para la producción de energía renovable a partir de desechos agrícolas. *Ingeniería Investigación y Tecnología*, 249-259.

Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, M. C., & Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994-2005). *Revista Diversitas- Perspectivas en Psicología-Vol 2, No. 2*, 429-349.

Véliz, J., & Díaz, S. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. Universidad ESAN, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2077188614000249>.

- Villacís, M. (2012). El impacto económico que tiene el emprendimiento informal en Guayaquil sobre la redistribución de ingresos entre los años 2008-2012. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Villar, L. (2007). Estado de derecho y Estado social de derecho. *Revista Derecho del Estado*, 10(20), 73-96.
- Vinogradoff, L. (05 de 04 de 2014). Cargos de hasta 10 años de cárcel para líder opositor venezolano Leopoldo López. ABC International.
- Vistazo. (2016). La industria de bebidas se fortalece con inversión.
- Viteri Diaz, G. (2006). Education situation in Ecuador. *Latin American economy Observatory*, 1-24.
- Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las pymes de latinoamerica*. Washington.
- Wateryear. (2007). Obtenido de [www.wateryear2007.org](http://www.wateryear2007.org), 2007
- world bank group. (2006). ¿Qué es RSE?
- Yakumuseoagua. (2008). Obtenido de [www.yakumuseoagua.gov.ec](http://www.yakumuseoagua.gov.ec), 2008
- Zavala Egas, Z. (1999). *Corrupción política: El caso del Ecuador*. Corrupción política: El caso del Ecuador. Guayaquil.

# Plan de mejoramiento del control asistencial para estudiantes de la carrera Ingeniería en Gestión Empresarial, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

**Ing. Karen Ochoa Quirola, Mae.**

Universidad de Guayaquil

karen.ochoaq@ug.edu.ec

**Lsi. Delia Isabel Carrión León, Msig.**

Universidad de Guayaquil

delia.carrionl@ug.edu.ec

**Ing. José Luis Hidalgo Torres, MgDes.**

Universidad de Guayaquil

jose.hidalgot@ug.edu.ec

**Sra. Yanina Isabel Lavayen Herrera**

Universidad de Guayaquil

lseguridadelectronica@gmail.com

## Resúmen

Este trabajo está orientado a realizar los estudios que determinen la factibilidad de implementar equipos biométricos lectores de huellas, que permita llevar el control de asistencias de los alumnos de la Facultad de Administración de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial de la Universidad de Guayaquil ya que en la actualidad se registra manualmente asistencias de los alumnos a sus horarios de clases. Este proceso implica perdida de tiempo y recursos, que transformandolo a un medio digital, el que realiza el cálculo respectivo del control de asistencia durante el periodo semestral, lo que ayuda a mantener un registro n tanto para el docente como para el estudiante. El proyecto tiene como finalidad sistematizar y transparentar estos problemas en el control de asistencia; de manera eficiente, innovadora y segura, mediante la implementación de equipos tecnológicos como los biométricos lectores de huella dactilares.

**Palabras claves:** Control asistencial, tecnología, biométrico.

## Abstract

This work is oriented to carry out the studies that determine the feasibility of implementing fingerprint readers biometric equipment, which allows to control the attendance of the students of the Faculty of Administration of the Engineering Degree in Business Management of the University of Guayaquil since at present, students' attendances are manually recorded for their class schedules. This process implies loss of time and resources, transforming it into a digital medium, which performs the respective calculation of attendance control during the semester, which helps to keep a record n both for the teacher and for the student. The project aims to systematize and transparent these problems in the control of assistance; In an efficient, innovative and safe way, through the implementation of technological equipment such as biometric fingerprint readers.

## Introduccion

En la Universidad de Guayaquil en mayo del 2002, surge la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial con el objetivo de formar estudiantes líderes empresariales con espíritu emprendedor y profesionalismo. El registro de asistencia formaba parte de un requisito del reglamento académico institucional, que consistía en que el estudiante cuente con un 70% de asistencia para la aprobación de la materia, el control de este requisito era irregular.

Actualmente la carrera de Ingeniería en Gestión cuenta con 1138 estudiantes y 50 docentes, por lo que el registro de asistencias, atrasos y faltas a clases que llevan manualmente los docentes, se convierte en un proceso ineficiente, por la cantidad de datos que se generan de manera manual en el mes; para posteriormente subirlo al SIUG (Sistema Integrado UG, plataforma informática de la universidad), la misma que permite el ingreso de los datos de manera individual, ocasionando demanda de tiempo al docente. Este proceso se viene realizando desde el año 2012; datos que finalmente generan un reporte de las asistencias de los estudiantes por curso y por materia.

En algunas ocasiones los docentes, por la cantidad de información que deben tener consigo; involuntariamente, el control de asistencias que llevan manualmente se traspapela, ocasionando que el estudiante ni el docente no cuenten con la información veraz al momento de realizar una consulta, esto genera que la información emitida para la carrera no pueda ser validada para futuros reportes.

El presente proyecto espera mejorar el proceso y reducir los tiempos de llevar el registro de asistencias de manera manual para luego gestionarlo a través del SIUG, y que la gestión administrativa de la carrera y los directivos de la universidad puedan tomar decisiones oportunas. El plan de mejoras se enfoca en el uso de dispositivos tecnológicos como el uso de sensores como huella dactilar y registro facial, que permitirán reducir tiempo al momento de registrar las asistencias y llevar una base de datos estándar que proporcione información a la comunidad universitaria, estudiantes, docentes, personal administrativo y los directivos de la facultad.

### **Introducción al problema**

El control de asistencias es llevado manualmente, en primera instancia, para luego ser registrado en el sistema; esto conlleva desperdicio de tiempo y recursos que se necesita optimizar, para poder conocer con exactitud las horas de clase que se han impartido, los atrasos o las faltas que incurran en el periodo de los alumnos.

Actualmente, el control de asistencias que llevan los docentes al impartir sus cátedras es un proceso lento, engorroso e ineficiente; este proceso se lo realiza de la siguiente manera:

- Mediante una hoja impresa, con el listado de alumnos del semestre; el cual muchas veces no lo recibe el docente de manera oportuna.
- El docente registra manualmente a los estudiantes que asisten a su hora de clase. Sin embargo, esto genera malestar reduciendo el tiempo de clases y se corre el riesgo de la manipulación de dicho registro.
- Este control deberá ser registrado por el profesor de manera computarizada para poder respaldar las asistencias de los alumnos generando doble trabajo.

### **Objetivo General**

Proponer un plan de mejora en el control asistencial automatizado, mediante el uso de tecnología, utilizando un biométrico facial que permita identificar de manera oportuna el estudiante que asiste a clase y a su vez registrar la misma en el sistema integrado de la universidad de Guayaquil (SIUG).

## Objetivos Específicos

- Analizar la problemática que existe actualmente en el control de asistencias de los estudiantes de la carrera de Gestión Empresarial de la Universidad Estatal de Guayaquil.
- Demostrar que el sistema de marcación digital es una excelente oportunidad de optimización de recursos tanto humano como tecnológico.

## Importancia del problema

Uno de los requisitos que los estudiantes deben cumplir para aprobar sus materias es asistir a clases regularmente; la IES dentro de su reglamento, considera un total de asistencias del 70% como mínimo para que el estudiante apruebe una materia, siendo este, un componente adicional al del promedio ponderado general que se obtiene de sus notas. La importancia de este indicador a nivel de sistema educativo, se lo mide como una posibilidad de reprobación de la materia si que esto no se cumple. El estudiante puede alcanzar las notas máximas, pero si existen inconsistencias o errores en las asistencias registradas, y no alcanza el mínimo porcentaje de asistencias que se requiere, reprobaría la materia, siempre y cuando la modalidad del estudio que este cursando sea presencial. Lo relevante de llevar este proceso de manera automática y no manual como actualmente se lo esta haciendo, es, eliminar datos inconsistentes, evitando inconvenientes en especial para el estudiante y docente, por el proceso administrativo al que debería recurrir para solucionarlo, y a la universidad en general.

En base a lo antes mencionado, esta mejora permitiría al docente ocupar el tiempo en profundizar en el desarrollo y preparación de sus temas de clases y su auto formación como investigador; que permitan al estudiante beneficiarse de esos conocimientos, es decir, se evitara esta carga ocupacional para el docente.

## Justificación

El uso de la tecnología es primordial en la actualidad ya que los cambios que se presentan y/o el nivel de vida que llevamos hace que necesariamente utilicemos medios o sistemas que nos permitan sintetizar tareas, por lo cual debemos tener en cuenta que a medida que cambia el mundo, las personas también debemos ir cambiando. Es así que en el plano administrativo académico la implementación de biométricos para el control de registro de asistencias de los estudiantes es factible de acuerdo con los estudios de operatividad realizados.

“La biometría aplicada a los controles de acceso consiste en comparar los rasgos humanos, físicos o conductuales, con un patrón ya guardado” (Varela, 2014).

Hasta ahora se ha llevado a cabo una verificación de asistencias de los estudiantes de manera manual; al realizarlo de manera automática, se podrán obtener reportes diarios, semanales, mensuales, etc.

De acuerdo con los factores que se detalla a continuación, el proyecto es viable por:

- El uso de herramientas como son el software que se propone, garantiza la no violación de los derechos de autor o piratería.
- La Ley Orgánica de Educación Superior no establece el medio para comprobar la asistencia de los estudiantes, lo cual no se estaría transgrediendo ninguna disposición legal.

Joan Majó (2003) “la escuela y el sistema educativo no solamente tienen que enseñar las nuevas tecnologías, no sólo tienen que seguir enseñando materias a través de las nuevas tecnologías, sino que estas nuevas tecnologías aparte de producir unos cambios en la escuela producen un cambio en el entorno y, como la escuela lo que pretende es preparar a la gente para este entorno, si éste cambia, la actividad de la escuela tiene que cambiar”.

## Metodología

La presente investigación se realizó mediante un diagnóstico cuantitativo y cualitativo, aplicando el enfoque analítico – sintético; para lo cual, se efectuó un formulario 6 preguntas para medir la opinión de los estudiantes. La encuesta se realizó en la carrera de Ingeniería de Gestión Empresarial de la Universidad de Guayaquil.

Se procesaron 287 encuestas, utilizando una población definida de 1138 estudiantes, además se realizó un estudio de campo donde se pudo constatar la viabilidad de este proyecto, tanto en lo monetario como en lo práctico. Para desarrollar un buen trabajo de investigación es importante tener en cuenta los elementos básicos en la formulación de un proyecto de investigación fundamentados en los cuestionamientos como: ¿qué se va a realizar?, ¿con quién?, ¿con qué?, ¿Cuánto cuesta?, ¿Cuánto dura? (Galán Amador, 2017)

Por otro lado, se encuestó a 65 docentes de la carrera Ingeniería Gestión Empresarial, donde se conoció las opiniones y problemática que ocasiona el registro de las asistencias manualmente.

En esta investigación se utilizó los siguientes métodos:

- Método de Medición: Aquel que se desarrolla en informaciones numéricas, determinando las propiedades del objeto al ser evaluadas y representadas adecuadamente.
- Método Inductivo de Inducción Completa: En el estudio se sacan las conclusiones que forman parte del objetivo de la investigación.

## Resultados

### Encuesta realizada a los estudiantes.

#### **Pregunta 1: ¿Usted ha observado que el docente toma lista cada hora de clases?**

Tabla 1 ¿Usted ha observado que el docente toma lista cada hora de clases?

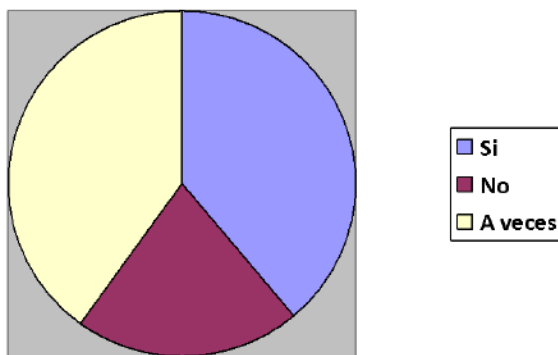
Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	112	39%
No	60	21%
A veces	115	40%
Total	287	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

#### **Figura 6** Tabulación de encuesta.

¿Usted ha observado que el docente toma lista cada hora de clases?





**Nota:** Datos obtenidos de la encuesta realizada

El 40% de las personas encuestadas señalaron que a veces, el si con el 39% y el no con el 21%. Con lo que se puede decir que, siendo una obligación implícita, los docentes tienen que valerse de medios empíricos tradicionales para poder realizar la tarea de tomar la asistencia, siendo el método manual el mas aplicado.

**Pregunta 2: ¿Cuánto tiempo le toma al docente tomar lista a todos los alumnos del curso?**

Tabla 2 ¿Cuánto tiempo le toma al docente tomar lista a todos los alumnos del curso?

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 a 5 minutos	184	64%
6 a 10 minutos	89	31%
11 a 15 minutos	17	6%
Total	287	

**Nota:** Datos obtenidos de la encuesta realizada

¿Cuánto tiempo le toma al docente tomar lista a todos los alumnos del curso?

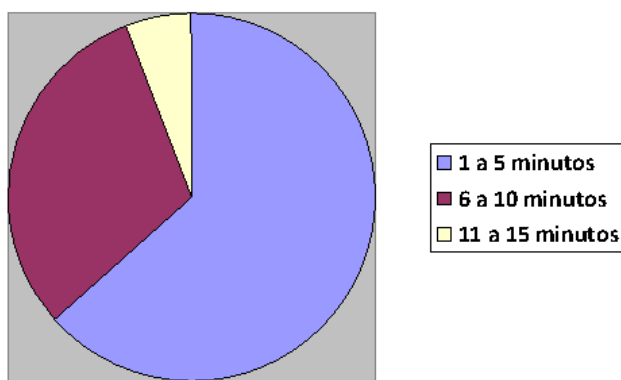


Figura 7 Tabulación de encuesta.

**Nota:** Datos obtenidos de la encuesta realizada

EL 64% indicaron que el docente se tarda entre 1 a 5 minutos tomar asistencia a los alumnos del curso, el 31% señalaron que el tiempo está entre los 6 a 10 minutos y el 6% restante indicaron que el tiempo que pierden el docente en tomar asistencia es entre 11 y 15 minutos. Analizando los resultados, podemos concluir que muchos de los profesores tratan de hacer esta actividad rápidamente, pudiendo incurrir en errores involuntarios por parte de ellos, además de que, en algunos casos, deben considerar revisar la lista de nuevo, para marcar los atrasos

de los estudiantes que llegaron tarde.

**Pregunta 3: ¿Qué sistema usan los profesores para tomar asistencia a clases?**

Tabla 3 ¿Qué sistema usan los profesores para tomar asistencia a clases?

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Lista impresa	152	53%
Usa su computadora MS Excel	95	33%
Usa sistema SIUG	20	7%
No sabe	20	7%
Total	287	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

¿Qué sistema usan los profesores para tomar asistencia a clases?

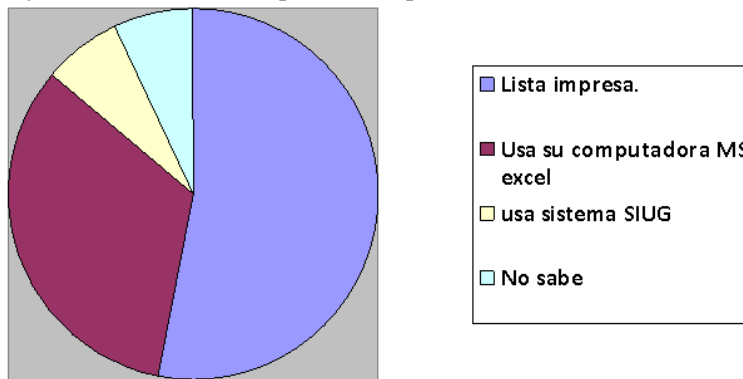


Figura 8 Tabulación de encuesta.

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

El 53% de las personas encuestadas indicaron que los profesores usan el sistema de la lista impresa para tomar asistencia a clases, el 33% señalaron que usan su computadora MS Excel, el 7% indicaron que usan el sistema SIUG y el 7% restante no sabe sistema utilizan los profesores para tomar asistencia. Significa que en la mayoría de los casos, el profesor, arma sus listados apoyado de alguna herramienta informática para el efecto, y lleva clase a clase sus impresos para el registro manual de los datos; a su vez, se puede percibir que es poco el % de profesores que imprimen los listados del SIUG para llevar sus registros, muchas de las veces, es porque en el sistema integrado de la UG, las listas se actualizan semanas después de iniciadas las clases.

**Pregunta 4: ¿El sistema actual de asistencia lo considera eficiente?**

Tabla 4 ¿El sistema actual de asistencia lo considera eficiente?

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No	121	42%
Si	166	58%
Total	287	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

¿El sistema actual de asistencia lo considera eficiente?

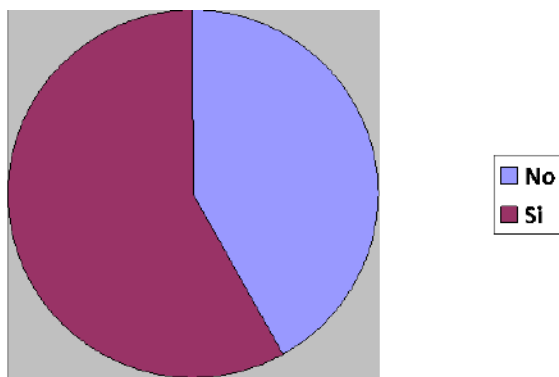


Figura 9 Tabulación de encuesta.

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

El 58% de las personas encuestadas señalaron que el sistema actual de asistencia si lo considera eficiente y el 42% restante indicaron que no. La palabra “eficiencia” para ellos implica que, usando el método que están acostumbrados, les ha permitido hacer esta tarea de forma relativamente buena, aunque no dejando de reconocer el empirismo con que se lo hace.

**Pregunta N°5: ¿Ha tenido Ud. algún tipo de inconvenientes con respecto al sistema que usan los docentes para el control de asistencia?**

Tabla 5 ¿Ha tenido Ud. algún tipo de inconvenientes con respecto al sistema que usan los docentes para el control de asistencia?

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	224	78%
No	63	22%
Total	287	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

¿Ha tenido Ud. algún tipo de inconvenientes con respecto al sistema que usan los docentes para el control de asistencia?

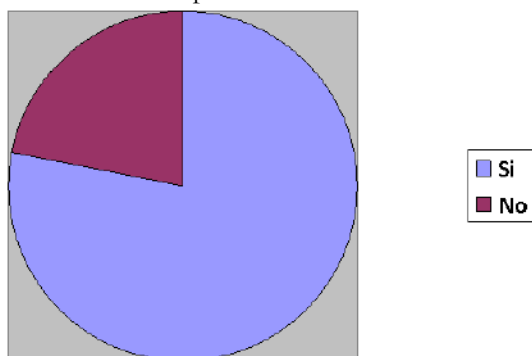


Figura 10 Tabulación de encuesta.

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

El 78% de las personas encuestas si ha tenido algún tipo de inconvenientes con respecto al sistema que usan los

docentes para el control de asistencia y el 22% restante no ha tenido inconvenientes. Muchos estudiantes en realidad presentan problemas porque algunas veces el profesor no les marca la asistencia atrasada, o la falta justificada, o simplemente no les toma lista ciertos días, lo cual, en algunos casos, baja su promedio de asistencia general (recordar que se pasa con un promedio de 70% de asistencia en los dos parciales).

**Pregunta N°6: ¿Usted está de acuerdo que se implementen controles biométricos para el registro de asistencia de los alumnos?**

Tabla 6 ¿Usted está de acuerdo que se implementen controles biométricos para el registro de asistencia de los alumnos?

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	198	69%
No	89	31%
Total	287	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

¿Usted está de acuerdo que se implementen controles biométricos para el registro de asistencia de los alumnos?

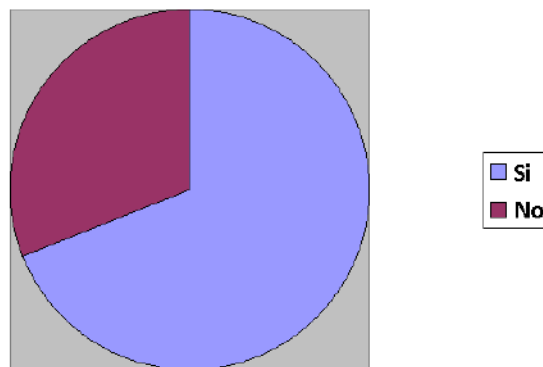


Figura 11 Tabulación de encuesta.

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

El 69% de las personas encuestadas si está de acuerdo que se implementen controles biométricos para el registro de asistencia de los alumnos y el 31% no está de acuerdo. El sistema es actualmente aplicado a los profesores, pero los estudiantesson conscientes que se pueden integrar rápidamente al mismo, con el uso de esta tecnología, podrán agilizar sus registros de entrada y salida de clases, en sus horarios establecidos.

Encuesta realizada a los docentes

**Pregunta 1. ¿Que tiempo de su clase utiliza para registrar la asistencia de sus estudiantes?**

Tabla 7 ¿Que tiempo de su clase utiliza para registrar la asistencia de sus estudiantes?

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
1 a 5 minutos	40	62%
6 a 10 minutos	10	15%
11 a 15 minutos	5	8%
Total	65	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada.

¿Que tiempo de su clase utiliza para registrar la asistencia de sus estudiantes?

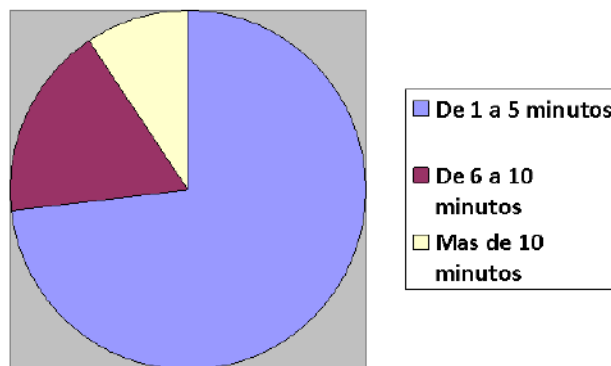


Figura 12 Tabulación de encuesta.

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

**Pregunta 2. Mencione cual de los siguientes inconvenientes se le han presentado al momento de registrar sus asistencias en línea(SIUG)**

Tabla 8 Mencione cual de los siguientes inconvenientes se le han presentado al momento de registrar sus asistencias en línea(SIUG)

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Lentitud	1	2%
Sistema fuera de línea	2	3%
Incorrecta grabación de datos	4	6%
Dificultad en el acceso	3	5%
Transcripcion de datos manuales a digitales	55	85%
Total	65	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

Mencione cual de los siguientes inconvenientes se le han presentado al momento de

registrar sus asistencias en línea(SIUG)

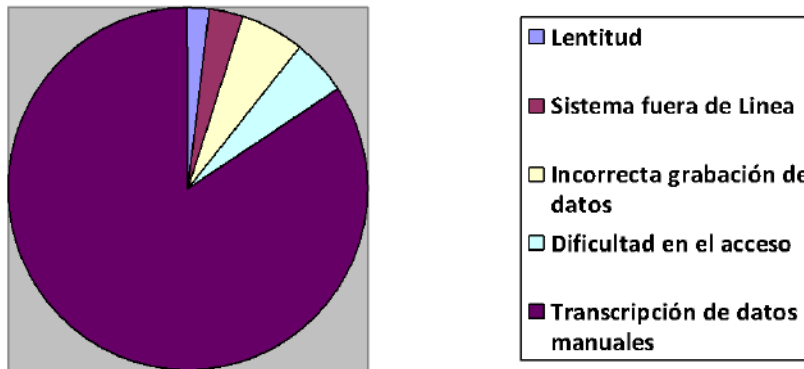


Figura 13 Tabulación de encuesta.

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

**Pregunta 3. ¿Que aspectos usted considera pertinentes resaltar como problemas al momento de hacer un registro manual de asistencias?**

Tabla 9 ¿Que aspectos usted considera pertinentes resaltar como problemas al momento de hacer un registro manual de asistencias?

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Pérdida de documento de registro	2	2%
Pérdida de tiempo	25	3%
Registro de faltas justificadas y atrasos	5	5%
Registro manual de asistencias.	33	85%
Total	65	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

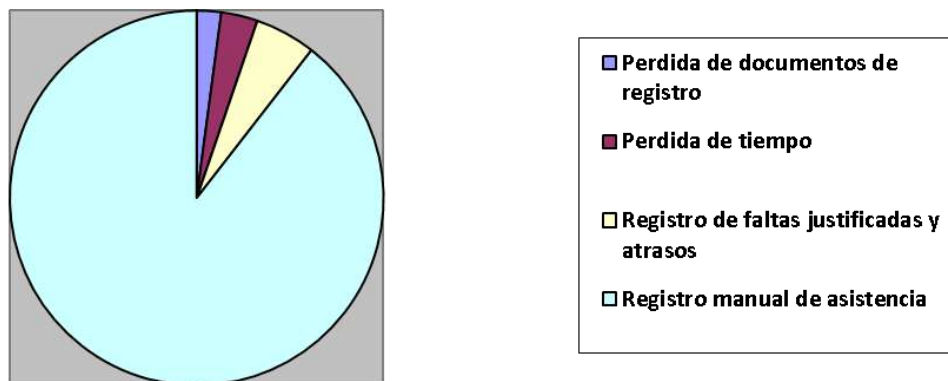


Figura 14 Tabulación de encuesta.

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

### Discusión

De acuerdo con los resultados obtenidos podemos observar que es necesario implementar un registro

automatizado de asistencias que permita dinamizar el mismo; en este caso, hablando del proceso actual empírico que aplican los docentes, si bien es cierto, es un proceso sencillo, pero a la larga, un mal manejo del mismo puede traer muchos inconvenientes a los estudiantes. En esta propuesta se demostró de qué manera funcionará el biométrico en conjunto con el sistema Sistema Integrado Universidad de Guayaquil (SIUG) que manejan los docentes.

Al momento de encuestar a docentes y estudiantes se llegó a la conclusión están dispuestos a realizar el cambio en el registro de control de asistencia, considerando los beneficios que traerá para ambos. Tanto los docentes como los estudiantes están más confiados y seguros con el sistema que se plantea, al realizarlo de manera automática podrán obtener reportes diarios, semanales, mensuales, etc. Según sea las necesidades.

El sistema es sencillo y de fácil manejo. Los modelos de accesos biométricos que existen actualmente en el mercado son: dactilar, facial, ocular y vascular. Los controles de presencia dactilares según los Lectores Biométricos: “El patrón de la huella digital es capturado por los sensores de huellas dactilares”. El que se propone es el biométrico dactilar.

A continuación, mostraremos el sistema propuesto, su funcionamiento y los beneficios que este trae consigo:

**Factibilidad Técnica.** - La Carrera de Gestión Empresarial de la Facultad de Administración de la Universidad Estatal de Guayaquil cuenta con el equipo necesario para la implementación de este proyecto.

Para la implementación del presente trabajo de investigación se requieren los siguientes equipos tecnológicos:

- ✓ Server Hp Proliant M110 G9 V3 Intel Xeon 6 Core 8gb 4tb Dvd
- ✓ Antenas + Routers

Para el registro de marcaciones se necesita:

- ✓ Equipos para control de personal Modelo ZK-MB360

Las características de los equipos a utilizar:

Processor family

Intel® Xeon® E5-2600 v4 product family; Intel® Xeon® E5-1600 v3 product family

Number of processors

1 Processor core available

4 or 6 or 8 or 10 or 14

Processor cache

35MB LLC

Processor speed 3.5GHz

Form factor chassis

Tower

Power supply type

(2) Multi-output

Expansion slots

(5) Maximum - For detail descriptions reference the QuickSpecs

Memory, maximum 256GB Memory slots

8 DIMM slots Memory type DDR4 SmartMemory



Figura 15 Server Hp Proliant M1110 G9 V3 Intel Xeon 6 Core 8gb 4tb Dvd  
Obtenido de Hewlett Packard Enterprise (2017)  
Antenas + Routers

Los Routers se pondrán en todos los sectores de los edificios de la facultad de gestión empresarial, para poder dar cobertura a todo el sector de red inalámbrica, con esto se logrará que los equipos controles de asistencia, se conecten a la wifi y puedan transmitir la información de marcaciones de los estudiantes al servidor principal.

Estos routers estarán conectados a las antenas, que estarán ubicadas en lugares donde exista línea de vista y se logre la comunicación de un edificio a otro.

Las antenas servirán como un medio de comunicación entre un edificio y otro, por ejemplo el edificio inclinado que pertenece a la facultad de ingeniería de gestión empresarial, se colocara una antena que transmitirá los datos a otra antena receptora que estará ubicada en el edificio de administración donde va a estar el servidor principal, con esto enlazamos comunicación de un edificio a otro y gracias a esto se realiza red interna o también llamada intranet para que los equipos controles de asistencia estén conectados y sincronizándose constantemente.

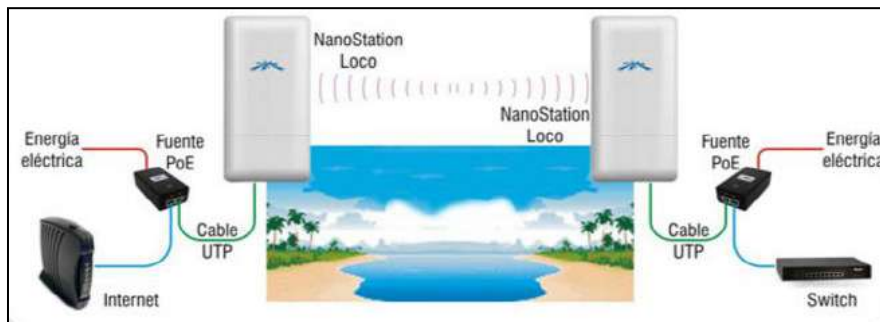


Figura 16 Antenas, transmisión de internet y CCTV con antenas wireless  
Obtenido de Amatic (Amatic, 2017)

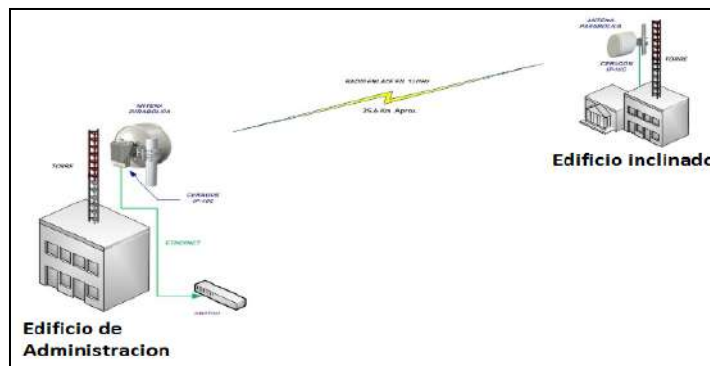


Figura 17 Solución de Conectividad.  
Obtenido de Elaboración de la autora

Equipos para control de personal Modelo ZK-MB360



“El MB360 es un innovador dispositivo para la gestión de tiempo y asistencia de los empleados, soporta métodos de verificación por medio de rostro, huella digital, tarjeta, contraseña y combinaciones entre los anteriores además de funciones básicas de Control de Acceso” (ZKTECO, 2016).

“La verificación de usuarios es realizada en menos de 1 segundo, lo cual agiliza el proceso en las horas de entrada y salida. La comunicación entre el MB360 y la PC se realiza por medio de la interfaz TCP/IP o mediante USB, para la transferencia manual de datos. Su diseño elegante encaja perfectamente en cualquier tipo de ambiente” (ZKTECO, 2016).



Figura 18 MB300 Terminal Multi-biométrica para Tiempo y Asistencia.  
Obtenido de ZKT ECO Latinoamérica (2017)

Especificaciones	
Capacidad de Rostros	1.200
Capacidad de Huellas	1.500
Capacidad de Tarjetas	2.000 (Opcional)
Capacidad de Eventos	100.000
Pantalla	2.8 pulgadas TFT
Comunicación	TCP/IP. USB-Host. Wi-Fi (Opcional)
Funciones Estándar	SMS, Horario de verano, Timbre Programado, Búsqueda Self-service. Cambio Automático de Estado. Entrada T9. Foto ID. Cámara. Multi-verificación. Salida 12V. Impresión por RS232 (Cable Opcional)
Funciones Opcionales	Tarjetas ID/ MIFARE. Código de Trabajo. ADMS
Interfaz de Control de Acceso	Cerradura Eléctrica. Botón de Salida. Alarma
Fuente de Alimentación	DC 12V 1.5A
Velocidad de Verificación	≤ 1 seg
Temperatura de Operación	0°C A 45°C
Humedad de Operación	20% - 80%
Dimensiones	167.5 x 148.8 x 32.2 mm
Peso	380 gr

Tabla 200 MB300 Terminal Multi-biométrica para Tiempo y Asistencia  
Obtenido de ZKT ECO Latinoamérica (2017)

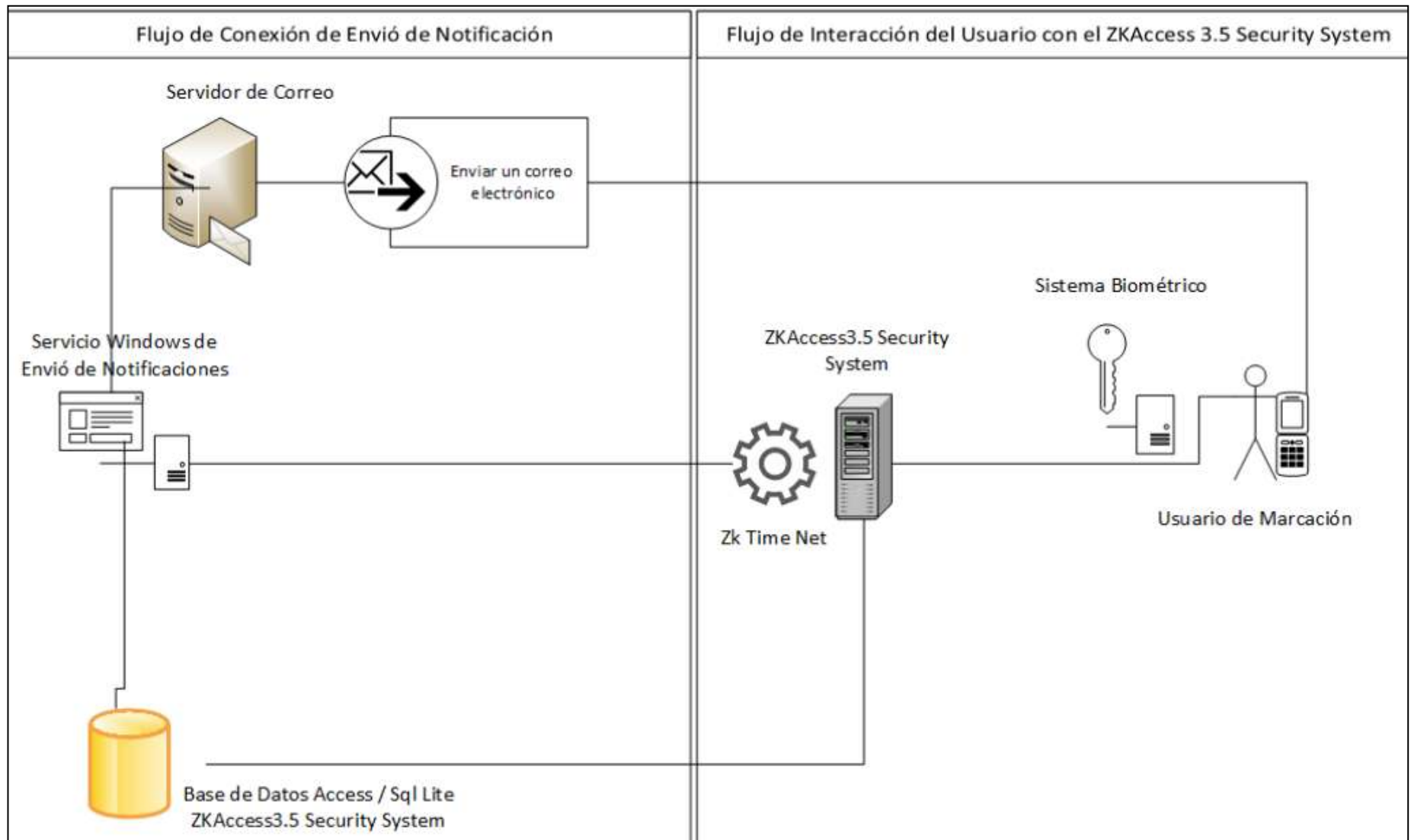


Figura 19 Diagrama de Notificación de Asistencia Biométrica.

Se necesita un servidor el cual se encargará de almacenar toda la información de marcaciones, las cuales por medio de dos programas realizarán los procesos siguientes:

1. Se instalará un servidor de correo electrónico el cual se encargará de enviar mails constantemente al estudiantado como recordatorios de asistencias a una clase por recibir.
2. Cada curso tendrá asignado un equipo de control de asistencia el cual se conectará de manera inalámbrica a una red creada en cada edificio que pertenezca a la carrera de Gestión Empresarial.
3. Este equipo lector de huella se encargará de almacenar las marcaciones de todos los estudiantes que tengan que recibir clases en el curso asignado, enviando esta información de forma automática al servidor principal.

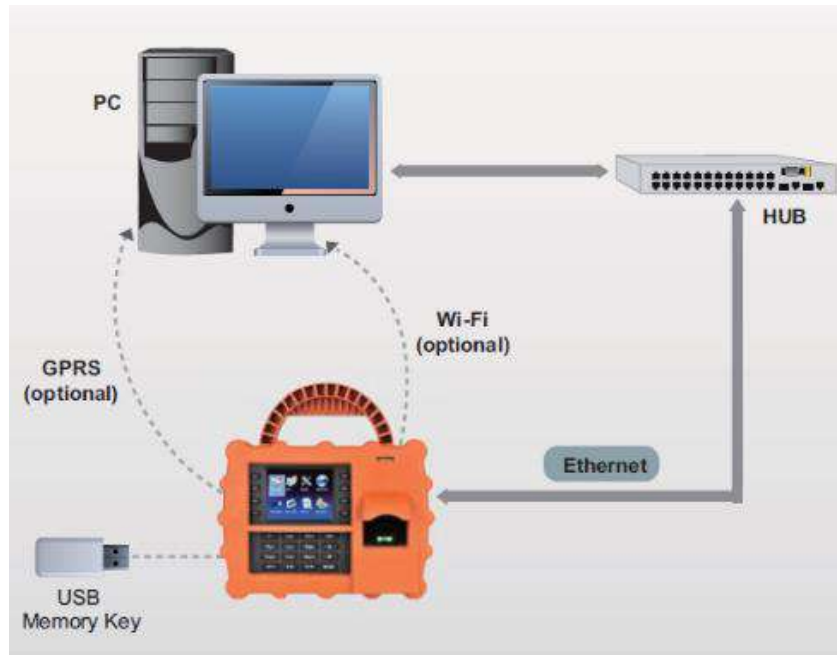


Figura 20 Señal entre el Servidor y el lector biométrico  
Obtenido de Digitecnia (2017)

Una vez recibida la información al terminar el día de estudio, el servidor de correo se encargará de enviar un mail a cada estudiante informándole su asistencia o inasistencia, en cambio a cada profesor le enviará un listado de asistencia de los estudiantes para que el catedrático pueda tener un respaldo de sus asistencias diarias por curso.

Al tener información de asistencias de todo el semestre de la carrera de gestión empresarial, se puede hacer una sincronización de información, entre el servidor principal de control de asistencia, con el servidor de datos donde actualmente tienen el programa SIUG, para que se guarde la información de asistencias de manera automática de todos los estudiantes en el programa propio de la universidad.

Con esto evitamos que el ingreso de asistencias del semestre se haga de manera manual, asegurando que las asistencias de cada estudiante no sean alteradas ni manipuladas por nadie.

## Detalle del software de control de asistencia

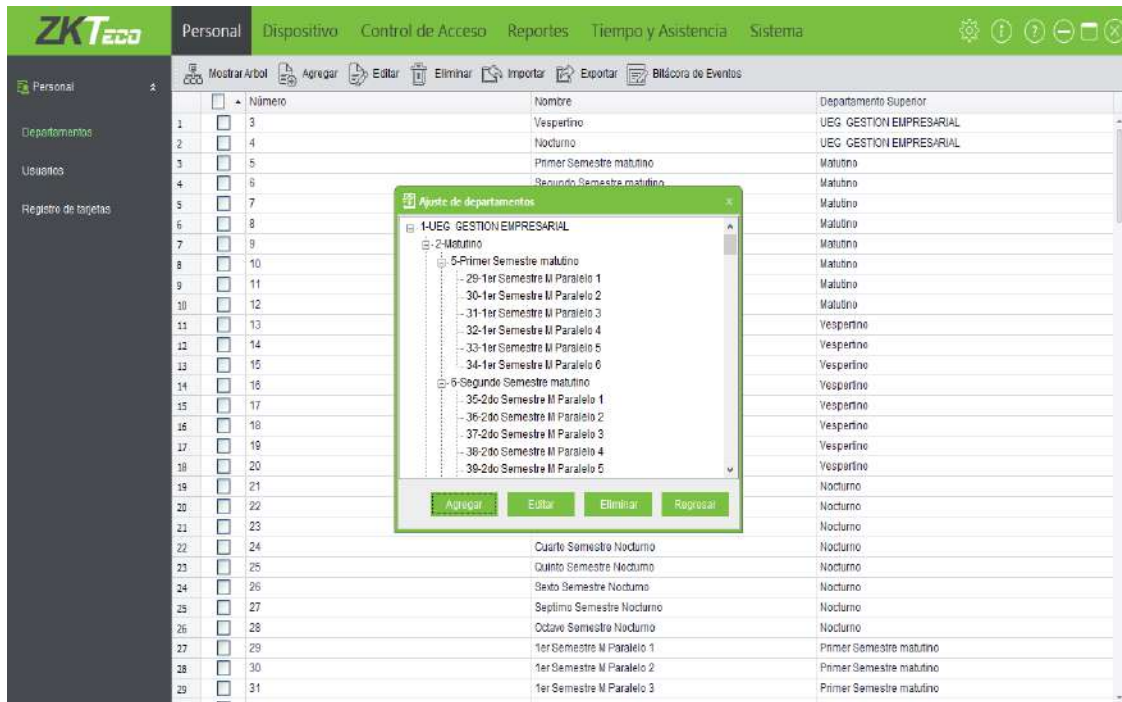


Figura 21 Creación de cursos  
Obtenido de Software ZKTeco

El software permite crear 3 tipos de cursos por semestre los cuales son: Matutino, Vespertino, Nocturno, cada semestre tiene sus paralelos respectivos. Esta parte ayuda a diferencia a la hora de matricular al alumno a que curso de debe de guardar.

1 Matricular un alumno el software te da la opción de asignarlo al curso respectivo.

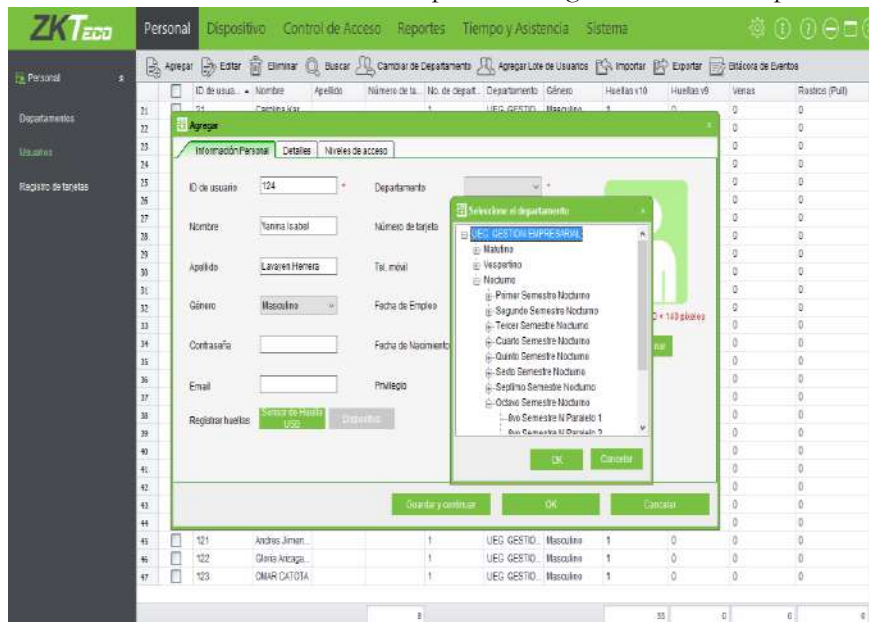


Figura 22 Creación de estudiante

## Obtenido de Software ZKTeco Asignación de materias por horarios

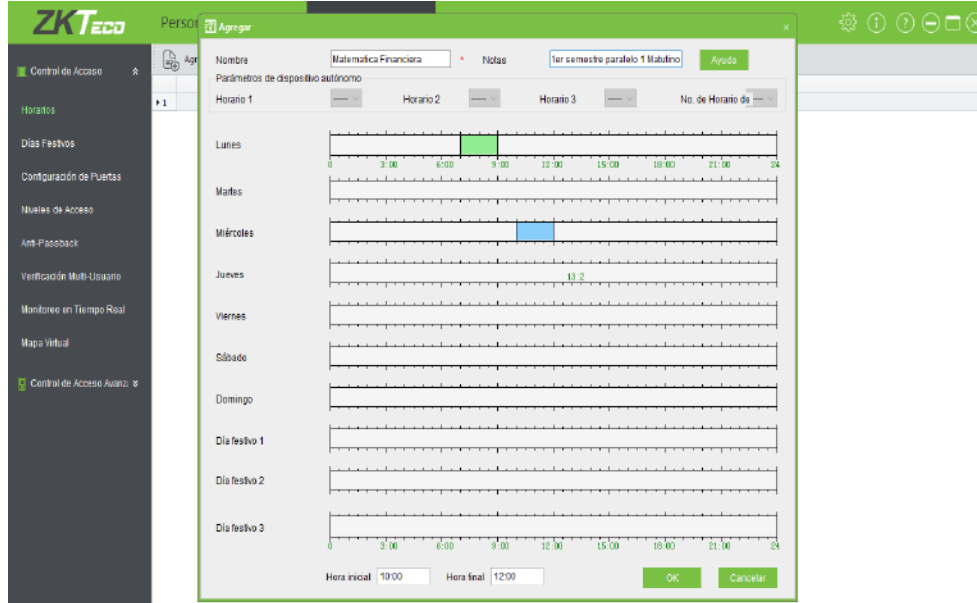


Figura 23 Creación de cursos  
Obtenido de Software ZKTeco

\*

Los alumnos solo podrán realizar las marcaciones de huellas en sus horarios respectivos, en caso que se realice una marcación en un horario no asignado, el control de asistencia no tomara en cuenta dicha marcación. Esto quiere decir que se puede restringir el control de asistencia dándoles un tiempo de gracias después de la hora asignada a cada alumno, en caso que no se cumpla el horario el equipo se bloqueara y no permitirá la marcación de ningún alumno fuera de su horario de clases y lo asignara como falta.

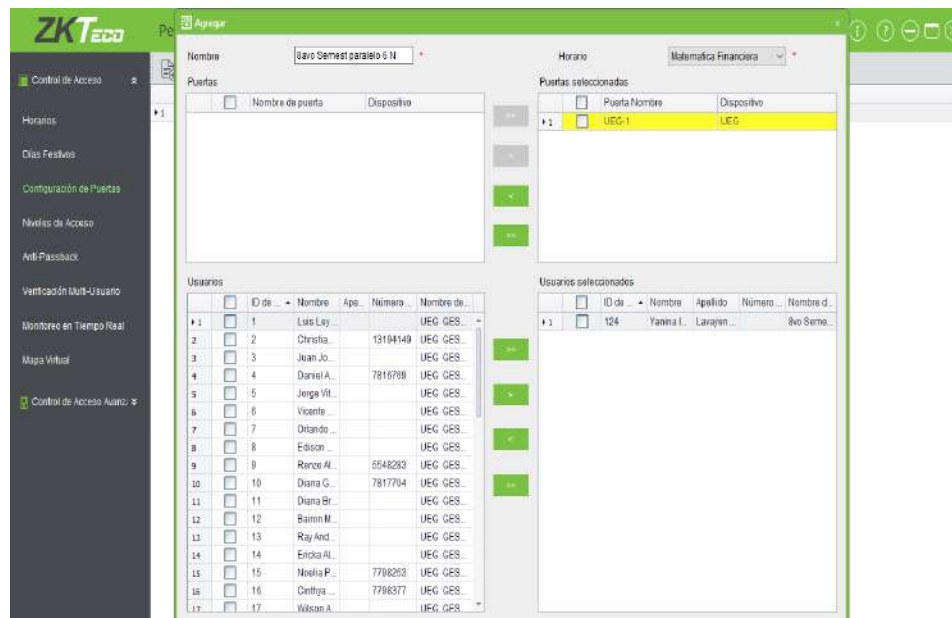


Figura 24 Ficha del estudiante creado en el sistema  
Obtenido de Software ZKTeco

Una vez asignado el curso y los horarios respectivos al estudiante quedara matriculado y listo para comenzar a realizar sus registros de asistencias con normalidad.

Fecha: 09/06/2017

Curso: 8vo semestre

Nocturno Paralelo 6

Horario: 19H00 a 22H00

Materia: Matemática Financiera

Tabla 11 Mensaje de correo electrónico a Catedrático.

ID de usuario	Nombres y Apellidos	Curso	Asistencia
1	Luis Ley Viteri	8vo Semestre N Paralelo 6	A
2	Christian Rodriguez	8vo Semestre N Paralelo 6	A
3	Juan Jose Donoso B	8vo Semestre N Paralelo 6	A
4	Daniel Almeida Palma	8vo Semestre N Paralelo 6	A
5	Jorge Viteri Torres	8vo Semestre N Paralelo 6	A
6	Vicente Alvarado Cruz	8vo Semestre N Paralelo 6	A
7	Orlando Alzamora Roco	8vo Semestre N Paralelo 6	A
8	Edison Ortiz	8vo Semestre N Paralelo 6	A
9	Renzo Alva Solari	8vo Semestre N Paralelo 6	A
10	Diana Garzon Salazar	8vo Semestre N Paralelo 6	A
11	Diana Bruque Solis	8vo Semestre N Paralelo 6	A
12	Bairon Mora Zambrano	8vo Semestre N Paralelo 6	A
13	Ray Andrade	8vo Semestre N Paralelo 6	A
14	Ericka Alvarado	8vo Semestre N Paralelo 6	A
15	Noelia Piedra	8vo Semestre N Paralelo 6	A
16	Cinthya Trujillo	8vo Semestre N Paralelo 6	A
17	Wilson Arreaga	8vo Semestre N Paralelo 6	A
18	Priscila Velez	8vo Semestre N Paralelo 6	A
19	Brayan Centeno	8vo Semestre N Paralelo 6	A
20	Renzo Alva Solari	8vo Semestre N Paralelo 6	A
21	Carolina Karolys	8vo Semestre N Paralelo 6	A
24	Pamela Lopez	8vo Semestre N Paralelo 6	F
25	Pablo Ortiz	8vo Semestre N Paralelo 6	F
26	Luis Parra Cardenas	8vo Semestre N Paralelo 6	A
27	Manuel Asitimbay	8vo Semestre N Paralelo 6	A
30	Carlos Lopez	8vo Semestre N Paralelo 6	A
31	Alex Andrade	8vo Semestre N Paralelo 6	A
33	Santiago Salazar	8vo Semestre N Paralelo 6	A
34	Sandra Parreño	8vo Semestre N Paralelo 6	A
35	Christian Lupercio	8vo Semestre N Paralelo 6	A
36	Ana Lucia Zambrano	8vo Semestre N Paralelo 6	A
37	Aracely Borja	8vo Semestre N Paralelo 6	A
38	Jorge Armero	8vo Semestre N Paralelo 6	A
39	Jesus Ceballos	8vo Semestre N Paralelo 6	A
40	Katharine Esis	8vo Semestre N Paralelo 6	A

A cada maestro le llegará un correo electrónico detallando las asistencias del día de todo el curso.



Figura 25 Reporte del Control de Asistencia para el Profesor  
Obtenido de Correo Electrónico Google

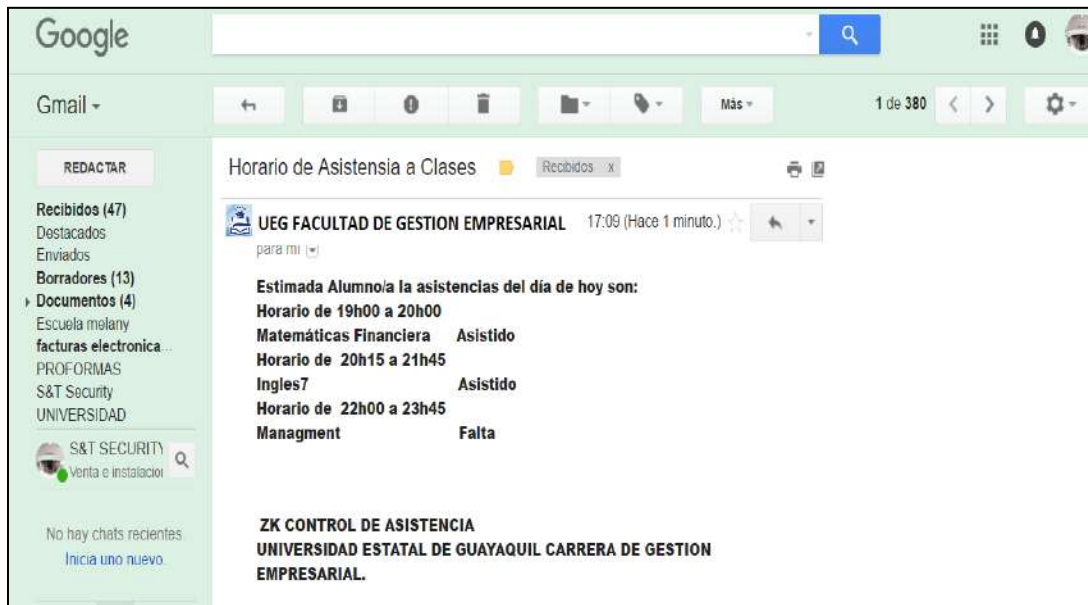


Figura 26 Reporte del Control de Asistencia para el alumno  
Obtenido de Correo Electrónico Google

Ejemplo de mensaje de correo al Celular de cada estudiante.

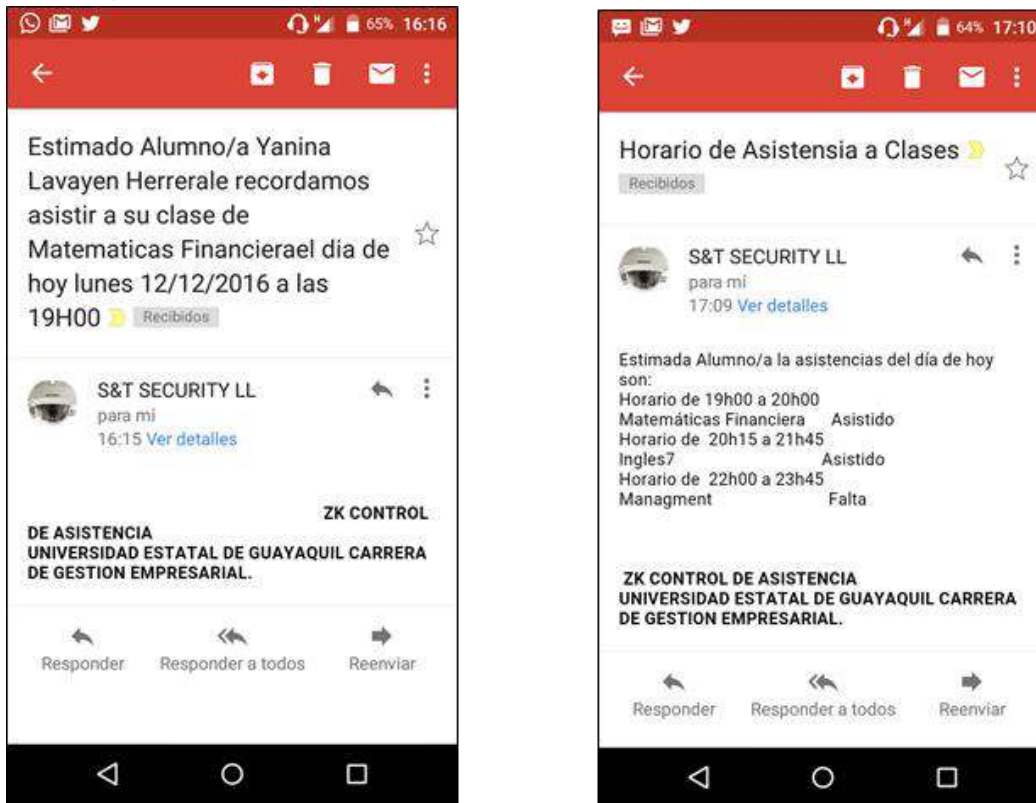


Figura 27 Reporte de asistencia del alumno visto desde un celular  
Obtenido de Correo Electrónico Google

**Factibilidad Legal.** - De acuerdo a los factores que se detalla a continuación el proyecto es viable:

- ✓ El uso de herramientas como son el software que se propone, garantiza la no violación de los derechos de autor o piratería.
- ✓ La Ley Orgánica de Educación Superior no establece el medio para comprobar la asistencia de los estudiantes, lo cual no se estaría transgrediendo ninguna disposición legal.

**Factibilidad Económica.** - Para resolver si el proyecto es factible económicamente, se debe realizar un análisis costo/beneficio; en la mayoría de las veces este tipo de análisis se los puede trasladar a datos cuantificables, pero existen situaciones en las que no es factible que los beneficios se puedan cuantificar en forma monetaria y se sugiere desarrollar un estudio cualitativo.

Por otra parte, para la ejecución de este proyecto se debe contar con el financiamiento de la Universidad Estatal de Guayaquil para lo cual debe tener la aprobación de Gerencia General para iniciar su debido proceso y el departamento deberá analizar la propuesta realizada por el estudiante y si es factible pedirá soporte a las demás facultades de la Universidad para las revisiones técnicas pertinentes.

- ✓ Presupuesto:

Descripción	Valor Total
Financiamiento por DIPA	\$ 50.524,80
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50.524,80</b>



✓ Costos:

Cant.	Detalle	Precio Unitario	Total
22	Controles de Accesos ZK-IN01 Lectores Inalámbricos de Huellas digital	\$638,40	\$ 14.044,80
1	Servidor Principal	\$4.788,00	\$ 4.788,00
1	Antena para enlace dedicado + Switches	\$5.472,00	\$ 5.472,00
1	Software para control de personal WEB	\$20.520,00	\$ 20.520,00
1	Mano de Obra en Instalación + Configuración	\$5.700,00	\$ 5.700,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 50.524,80</b>

### Conclusion

El tiempo que se demora el docente en tomar asistencia es de 5 a 8 minutos, por lo que la media del número de estudiante que se inscriben en esa materia es de 31 a 40 personas; esta escala puede variar siempre y cuando el docente tome la lista de los asistentes cada hora como lo estipula el reglamento interno de la facultad y universidad.

En la actualidad, llevan el registro de forma manual mediante una lista impresa, por lo que tienen inconvenientes con el sistema que deben utilizar para realizar esta actividad; por lo tanto, es factible el uso de controles biométricos, pues ayudará a los docentes a optimizar el tiempo de clases.

Finalmente, se puede indicar que el plan de mejoras de control asistencial mediante con lector de huellas para los alumnos de la carrera Gestión Empresarial de la facultad de Administración, es viable puesto que la Universidad puede adquirir los equipos previo a que este en la planificación Operacional Anual del año en curso para que lo pueda adquirir mediante le proceso de contratación pública a través de la orden de Gerencia de la Universidad.

### Agradecimiento

Este proyecto se efectuó gracias a la información compartida por parte de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial y a los ingenieros en sistemas quienes nos permitieron conocer un poco mejor el sistema de biométricos y de cómo funciona el SIUG sistema que maneja la Universidad de Guayaquil.

### Referencias bibliográficas

*Amatic.* (31 de 01 de 2017). Obtenido de <https://www.amatic.com.ec/cursos-de-antenas-wireless-configuracion-enlaces-equipo-cctv/>

*Biométrica.* (05 de 10 de 2016). Obtenido de <http://www.biometria.gov.ar/acerca-de-la-biometria/preguntas-frecuentes.aspx>

Galán Amador, M. (31 de 01 de 2017). *Metologia dela Investigación.* Obtenido de GUIA METODOLÓGICA PARA DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN: <http://manuelgalan.blogspot.com/p/guia-metodologica-para-investigacion.html>

Lectores Biométricos. (21 de 03 de 2011). *¿Que es una huella digital?* Obtenido de <http://control-accesos.es/lectores/lectores-biometricos/huella-digital>

Menéndez Chávez, H., & Muñoz Loor, C. (2015). Tesis: Sistema Biométrico para el control de asistencia docente en la Unidad Educativa ITSI del cantón Chone. 10.

Sistema Integrado de la Universidad de Guayaquil. (05 de 10 de 2016). Obtenido de [http://www.fmvz.ug.edu.ec/?page\\_id=798](http://www.fmvz.ug.edu.ec/?page_id=798)

## Activos intangibles invisibles: una innovación al sector público

**Ing. Mario Andrés Reina Palma**

Universidad Regional Autónoma de los Andes - Uniandes  
andres\_reina77@hotmail.com

**MSc. Olga Germania Arciniegas Paspuel**

Universidad Regional Autónoma de los Andes – Uniandes  
germiarciniegas@gmail.com

### Resumen

La presente investigación analiza un sistema de medición integral de los activos intangibles adaptado a las características especiales del sector público ya que en la actualidad los estados financieros no acogen una valoración contable que incorpore procesos de investigación, propiedad intelectual, aprendizaje organizacional, conocimiento tácito, explícito, entre otros. El presente trabajo cuenta con la rigurosidad científica, se enmarcó en un enfoque cuali – cuantitativo y se sustentó en los métodos inductivo – deductivo, analítico sintético y técnicas de investigación que permitieron realizar un diagnóstico de la valoración y presentación de informes financieros en el sector público, encontrando falencias tanto en los procedimientos como en la normativa que los regula, para lo cual se presentan algunos indicadores de gestión del Capital Intelectual, fórmulas matemáticas y procedimientos de valoración del capital intangible que tenga presente parámetros que influyen en capacitación, información y organización es decir aquellas actividades que se relacionan con la producción y difusión del conocimiento logrando una cadena de valor que proporcione una mayor ventaja competitiva institucional.

**Palabras claves:** activo, intangible, valoración, invisible, medición

### Abstract

The present research analyzes a system of integral measurement of intangible assets adapted to the special characteristics of the public sector since at present the financial statements do not accept an accounting valuation that incorporates processes of investigation, intellectual property, organizational learning, tacit, explicit knowledge, among others. The present work has the scientific rigor, was framed in a qualitative and quantitative approach and was based on inductive - deductive methods, synthetic analytical and research techniques that allowed to make a diagnosis of the valuation and presentation of financial reports in the public sector, Finding shortcomings both in the procedures and in the regulations that regulate them, for which are presented some indicators of management of Intellectual Capital, mathematical formulas and procedures for valuation of intangible capital that has parameters that influence training, information and organization is Say those activities that are related to the production and dissemination of knowledge, achieving a value chain that provides a greater institutional competitive advantage.

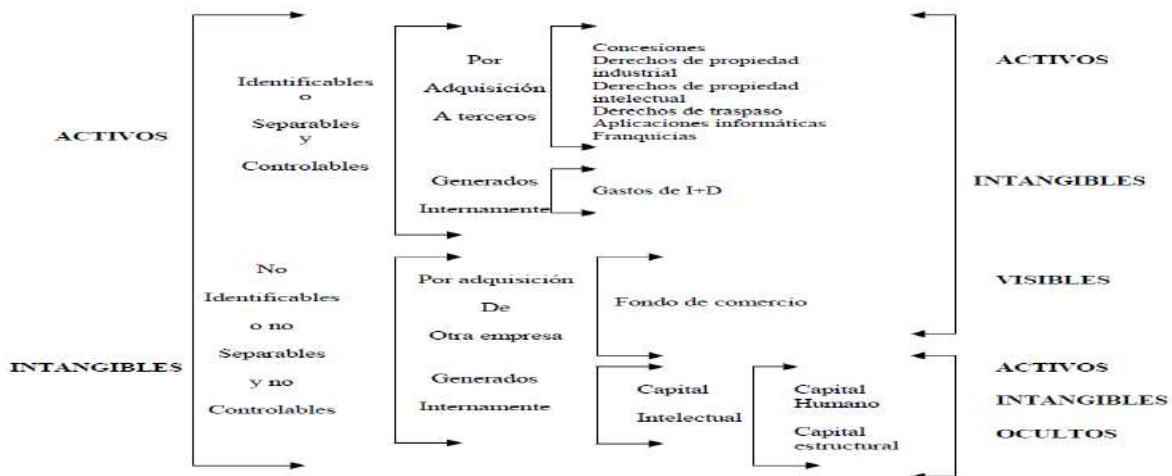
**Keywords:** Active, intangible, valuation, invisible, measurement

### Introducción

El gran dilema de la identificación, valoración de los intangibles y del capital intelectual viene desde la antigüedad (Kristandl y Bontis, 2007). En 1896 (Wu, 2005), se atribuye el concepto de intangible a Lawrence R. Dickse y el término de capital intelectual data desde 1969 al economista John K. Galbraith (Bontis, 1998). A partir de los años noventa cuando se da el auge de la economía del conocimiento, consultores en gestión empresarial, empiezan a dar importancia a los intangibles y al capital intelectual, desarrollándose como treinta metodologías

de evaluación y medición (Andriessen, 2004a), que aportan significativamente al ámbito empresarial, aunque lamentablemente no existe una terminología común que oriente claramente su definición, dificultando así la valoración técnica de los intangibles y el capital intelectual que se consideran en la actualidad referentes de la gestión institucional (Simó & Sallán, 2008).

La International Accounting Standard Board en su Nic 38 define a los activos intangibles como “activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física”. Como se puede extraer de la definición de activo y de activo intangible, el IASB fundamenta los activos intangibles en su identificación, el control y su contribución a los ingresos futuros. Nevado Peña D., López Ruiz V., (2002) clasifican a los activos intangibles en activos intangibles visibles e invisibles, teniendo únicamente los primeros una legislación para su reconocimiento y valoración.



**Gráfico 1.** Clasificación de los Activos Intangibles

**Fuente:** (Nevado D, 2002)

Los activos intangibles invisibles por su naturaleza son los principales generadores de valor en la ventaja competitiva de las empresas, los administradores de las entidades públicas gestionan activos intangibles, tanto o más que sus pares administradores de las empresas privadas, lo que justifica su creciente interés en los progresos del capital intelectual público. Sin embargo, resulta difícil aplicar al sector público modelos diseñados para empresas privadas ya que los objetivos de las administraciones públicas son diferentes de los empresariales, que en su mayoría buscan maximizar su ventaja competitiva respecto a otras y aumentar el beneficio, el valor de sus acciones o el incremento de sus ventas, entre otras. La ventaja competitiva e incorporación al sector público. Según López Cabarcoz, M., Grandío, A. (2015), De Castro. G M., (2008), Manso Coronado F., (2003) y Calderón V., (2012), permite agregar una tasa de utilidades económicas que sea mayor al promedio a la de otras empresas que pertenezcan al mismo sector, también cuando la heterogeneidad de sus recursos y capacidades les da la posibilidad de tener un mejor desempeño que el de su competencia. De igual forma se logra obtener información financiera que refleje datos reales y estratégicos que garanticen la estabilidad económica de los entes del sector público con una valoración de sus activos invisibles y la posibilidad de demostrar la gestión de los gobiernos de turno. La ventaja competitiva está vinculada al valor agregado y la gestión del mismo, sin embargo en la mayoría de instituciones públicas desconocen que los principales agregadores de valor son los activos intangibles, de ahí la importancia de este estudio que permite en una primera instancia reconocer y clasificar los principales generadores de valor (actividades y recursos intangibles) la implementación de un modelo de índices de eficiencia orientado al sector público y la aplicación de una fórmula que permita conocer un valor absoluto

de los intangibles de la institución, que si bien no hará mayores cambios a sus estados financieros, será un punto inicial para el inicio de la gestión de los mismos y el desarrollo de políticas y estrategias que mejoren la ventaja competitiva institucional.

Siempre será importante considerar que existe diferentes tipos de innovación, el hecho de replicar un nuevo producto, proceso, sistema, entre otros involucra que la institución necesariamente tiene que aprender nuevas cosas, manejará nueva tecnología, desarrollará nuevos procesos, es decir que esta innovación a nivel de institución le permitirá desarrollar nuevas capacidades. Seguir buenas prácticas o replicar experiencias exitosas de política y gestión pública, serán de gran impacto para al sector al que están destinadas.

Según el Plan Nacional de buen Vivir (2013 – 2017) lograr el buen vivir de las personas no es un tema de improvisación sino al contrario, es el conjunto de objetivos planificados en donde prima las personas sobre las cosas, buscando siempre una armonía, igualdad y equidad para con todos. Uno de los objetivos que precisamente busca el buen vivir es promover el desarrollo sustentable y redistribuir equitativamente los recursos y la riqueza. La constitución de 2008 aprobada por la mayoría del pueblo ecuatoriano en referéndum establece una original concepción sobre la planificación nacional, al instaurar una nueva relación entre la política pública, la garantía de derechos y los objetivos del desarrollo, es por esto que los servicios públicos dejan de ser prestaciones sociales y se convierten en medios para la garantía de derechos mismos que deben ser prestados con calidad y calidez a todos quienes hagan el uso de los mismos. De ahí que todas las instituciones públicas tienen la obligación de brindar los mejores servicios a la ciudadanía, sin embargo la gran mayoría de los administradores desconocen la naturaleza misma de un servicio, no le dan la importancia a la cadena de valor organizacional y dejan de lado políticas de innovación sin saber que en un mundo actualizado cada vez es primordial el manejo y gestión de la ventaja competitiva institucional.

En la actualidad los activos intangibles son elementos primordiales a la hora de evaluar la ventaja competitiva de las organizaciones, sean estas de naturaleza pública o privada. A pesar de su importancia e intervención en la cadena de valor, aún existe división de dictámenes respecto a su tratamiento contable, es decir, si este tipo de activos deben ser clasificados como gastos o como activos.

### **Importancia del problema**

Las nuevas tendencias de valoración de las empresas ha centrado su interés en la investigación y desarrollo en torno a los conceptos de aprendizaje organizacional, gestión del conocimiento, determinación y medición del capital intelectual, comprometiendo esfuerzos y recursos con miras a identificar y reconocer la importancia estratégica de los intangibles para el logro y creación de nuevas ventajas competitivas. Debido a que los sistemas contables solo se han basado en el estudio de los enfoques jurídicos y financieros, no han sido tomado en cuenta en gran parte los activos intangibles de las organizaciones, tal es el caso de los procesos de investigación, propiedad intelectual, aprendizaje organizacional, conocimiento tácito, explícito, entre otros, que hace difícil su reconocimiento y valoración al no tener una normativa clara para su tratamiento. Actualmente las instituciones públicas para su valoración recurren a la información reflejada en los estados financieros o el valor en libros dejando de lado la parte intelectual, es decir los conocimientos del personal, el saber hacer, competencias del personal, las marcas, la relación con los usuarios, entre otros. La valoración de los activos intangibles no solo es una preocupación para el Departamento Financiero y de Talento Humano, sino también para el nivel ejecutivo y legislativo ya que de ésta forma se evidenciará la gestión del sector público y su eficiente en el gasto público.

## Metodología

Para la presente investigación se considera la opinión de funcionarios de una institución pública y los actores involucrados, se sustenta en el paradigma cuali-cuantitativo, llevando a cabo un estudio basado en métodos y técnicas de investigación, así como herramientas estadísticas que mantienen un rigor científico y mediante un proceso de comparación y análisis de datos recopilados de los actores principales. Los métodos de investigación que se considera son el inductivo deductivo, el correlacional. La investigación fue realizada en el Gobierno Municipal de Mira, ubicado en el cantón Mira, provincia del Carchi. Debido a la cantidad de personal que labora en la institución no se tomo una muestra para el estudio y se optó por trabajar con toda la población de la institución.

Tabla 1. Población

Nivel	Composición	Población
Operativo	Obras Públicas	40
Operativo	Higiene Ambiental	3
Operativo	A Contrato	11
Operativo	Jubilados	4
Administrativo	Administración General	14
Administrativo	Administración Financiera	13
Administrativo	Justicia, Policía y Vigilancia	2
Administrativo	Desarrollo Social	8
Administrativo	Salud	5
Administrativo	Agua Potable	1
Administrativo	Higiene Ambiental	1
Administrativo	Otros Servicios Comunales	5
Administrativo	A Contrato	8
Total Personal Operativo		58
Total Personal Administrativo		57
<b>Total población</b>		<b>115</b>

Fuente: Planilla trabajadores GADMM, 2016

## Resultados

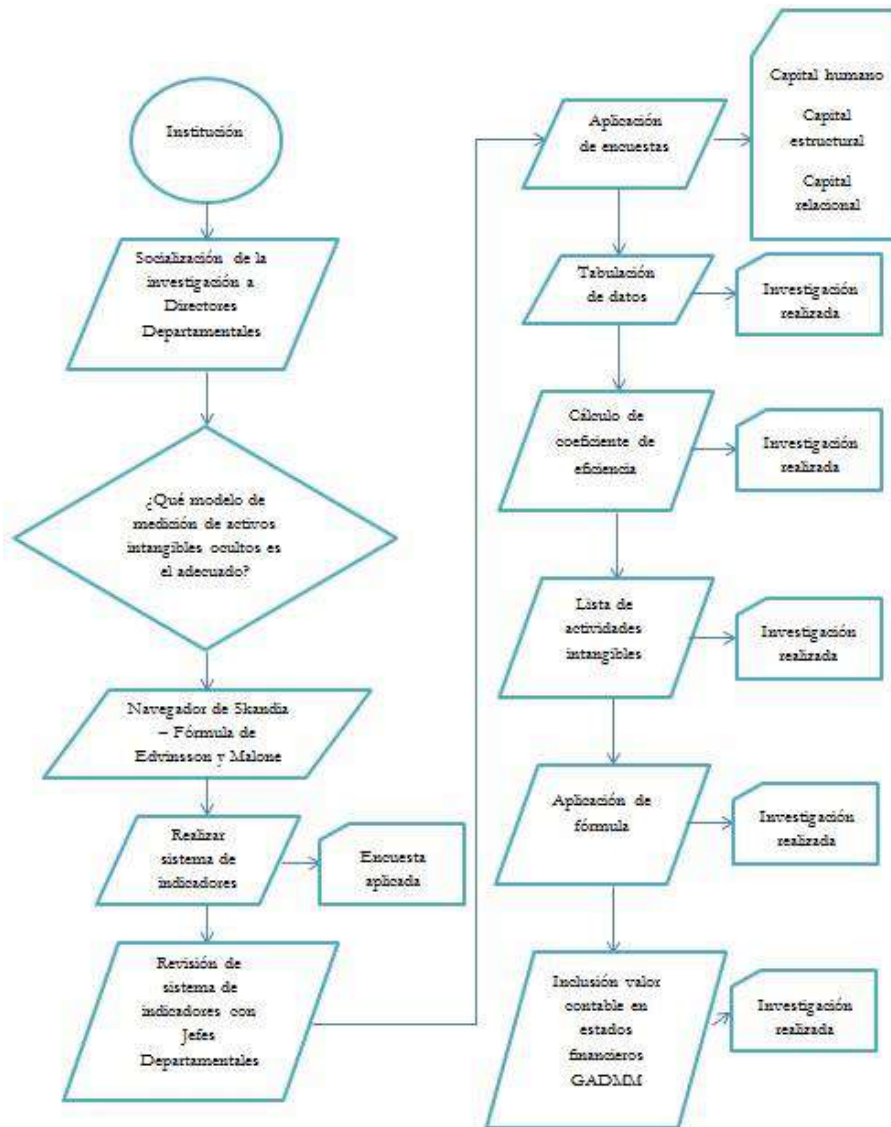
### Diagnóstico en base a información recopilada de fuentes primarias

En base a la entrevista aplicada a los jefes departamentales, en la que se establece si conocen la importancia de los activos intangibles en la información financiera que maneja la institución, señalan que desconocen los impactos que provocaría su inserción en dichos informes, pero que consideran que si sería importante valorarlos en integrarlos a los estados financieros, ya que esto permitiría reflejar el valor de rubros que tradicionalmente la contabilidad no registra como son: procesos de investigación, propiedad intelectual, aprendizaje organizacional, conocimiento tácito, explícito, entre otros.

### Proceso de valoración de activos intangibles invisibles

Para una adecuada valoración de los activos intangibles invisibles en el sector público se hizo una integración y adaptación de teorías en las que se resalta la de Edvinsson y Malone (1997) en la que establecen la fórmula para obtener un valor contable a través de indicadores, resaltando que ésta teoría es aplicable a empresas netamente

comerciales, y el navegador de Skandia que basa y divide su estudio en enfoques organizacionales mediante indicadores de eficiencia, para lo cual se establece el siguiente proceso:



**Figura 2.** Proceso de valorización de Intangibles  
**Fuente:** Encuestas aplicadas al GADMM 2016

Descripción:

1. Se clasifica los activos intangibles en actividades intangibles y recursos intangibles, siendo de noción dinámica y estática respectivamente.
2. Valoración de las actividades y los recursos intangibles, para las actividades intangible se realiza un reporte de actividades basadas en los presupuestos, planes operativos, plan de inversión, plan de adquisición y ver el detalle de los valores absolutos invertidos, para los recursos intangibles (humano – estructural y relacional) se aplica el modelo de índices de eficiencia con la valoración de Likert

Tabla 2. **Indicadores de eficiencia**

1.- Existe en su trabajo un adecuado clima laboral.
2.- El índice de ausentismo es mínimo
3.- El personal participa voluntariamente en actividades extra laborales.
4.- Los empleados generalmente actúan con honestidad.
5.- Existe un sentimiento de pertenencia a la organización
6.- Los empleados se sienten comprometidos con la organización.
7.- Existe un adecuado nivel de seguridad.
8.- Los empleados se encuentran satisfechos con la organización del trabajo.
9.- Los directivos valoran la creatividad y desarrollo de iniciativas por parte de los empleados.
10.- La formación académica de los empleados de su institución es adecuada de acuerdo a la labor que desempeñan.
11.- Los empleados realizan bien su trabajo
12.- Los empleados están satisfechos con la capacitación que reciben por parte de la organización.
13.- La organización imparte suficiente cursos de formación.
14.- La cursos que se imparten son adecuados y útiles para el desempeño de su trabajo.
15.- La organización se preocupa por mejorar la capacitación y formación de los empleados
16.- La metodología que se imparte en las capacitaciones es la adecuada.
17.- Los empleados están capacitados para adaptarse a los cambios y nuevas formas de trabajo.
18.- La dirección facilita la flexibilidad y la adaptación a los cambios y nuevas formas de trabajo.
19.- Existe trabajo en equipo en su organización.
20.- Considera que el trabajo en equipo es importante.
21.- Los empleados participan en la toma de decisiones.
22.- Los empleados son responsables de sus decisiones.
23.- En nuestro trabajo la comunicación entre empleados y jefes es fluida.
25.- Los directivos toman en cuenta la opinión de los empleados.
24.- Existe buena comunicación entre empleados.
26.- La forma como se dirige y coordina el trabajo es la correcta.
27.- En mi trabajo se de estímulo al desarrollo del trabajo.
28.- Mi unidad está organizada correctamente.
29.- El nivel de burocratización es el adecuado.
30.- Existe un adecuado equilibrio entre trabajadores jóvenes y veteranos.
31.- Existe un adecuado equilibrio entre hombres y mujeres.
32.- Existe un adecuado equilibrio entre jefes y trabajadores.
33.- Las tareas a realizar diariamente están oportunamente informadas.
34.- La utilización de la intranet es la adecuada.
35.- La utilización de internet en la mejora del servicio es la adecuada.
36.- Existen buenas relaciones entre los empleados y los jefes.
37.- Existen buenas relaciones entre compañeros.
38.- Se utilizan correctamente los procedimientos.
39.- Generalmente se alcanza los objetivos propuestos.
40.- Las actividades y tareas son complejas.
41.- La organización promueve las buenas prácticas.

42.- La organización formaliza y documenta las buenas prácticas.
43.- Los empleados están dispuestos a formarse y aprender.
44.- La organización enseña de manera eficaz cómo trabajar adecuadamente.
45.- La calidad del servicio es la adecuada.
46.- A los usuarios del servicio con atendidos eficiente y oportunamente.
47.- Los usuarios utilizan el internet para la oferta de sus servicios.
48.- La inversión en Investigación es la adecuada.
49.- Se invierte en la renovación tecnológica para mejorar los servicios.
50.- Los empleados están satisfechos con el sistema informático.
51.- Los empleados conocen y utilizan adecuadamente el sistema informático.
52.-El sistema informático es eficiente y facilita la prestación de servicios.
53.- El usuario tiene buena imagen de la organización.
54.- Los empleados conocen y utilizan adecuadamente el sistema informático.
55.- El Gobierno Municipal realiza obras sociales.
56.-El Gobierno Municipal realiza obras en defensa del medio ambiente, de la cultura, etc.
57.- El Gobierno Municipal tiene capacidad de convocatoria ciudadana.
58.-Los ciudadanos consideran que se les presta un servicio ágil y de calidad.
59.- Los usuarios del servicio se sienten satisfechos.
60.- Las actividades y eventos que se realizan culminan con éxito.
61.- Los servicios ofrecidos por la institución son requeridos frecuentemente por la comunidad.
62.- El índice de quejas de los usuarios es mínima.
63.- Las relaciones con otras dependencias son adecuadas.
64.- Las relaciones con otras entidades y agentes son adecuadas.

Fuente: Encuestas aplicadas al GADMM 2016

3. Se aplica la fórmula para el cálculo del capital intelectual con los valores obtenidos anteriormente.

Tabla 3. **Fórmula para el cálculo del coeficiente de eficiencia**

Capital	Coeficiente de relación
Capital Humano Público	1.19
Capital Estructural Público	1.13
Capital Relacional Público	0.91
Coeficiente de eficiencia (64)	0.05
i = Coeficiente de eficiencia	0.05%

Fuente: Encuestas aplicadas al GADMM 2016

Tabla 4. **Capital intelectual organizacional**

Coeficiente de eficiencia	Actividades intangibles
0.051	236468.00
Capital Intangible GADMM	12,059.87

Fuente: Encuestas aplicadas al GADMM 2016

Capital Intelectual Organizativo = i C; i= (n/x)



*Dónde:*

C es el valor del capital intelectual en unidades monetarias

i es el coeficiente de eficiencia con que la organización está utilizando dicho capital

n es igual a la suma de los valores decimales de los índices de eficiencia propuestos.

x es el número de esos índices.

4. Se registra contablemente los valores obtenidos con los asientos tipo.

### **Inclusión valor contable en los estados financieros**

A continuación se muestra en estado de Situación Financiera del GADMM incluyendo ya el valor de los activos intangibles dentro de su información financiera.

**Tabla 5. Estado Financiero del Gobierno Municipal de Mira incluido el valor contable de los Activos Intangibles**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>			
<b>GADMM</b>			
<b>Desde: 01/01/2016</b>		<b>Hasta: 31/12/2016</b>	
<b>Código</b>	<b>Denominación</b>	<b>Año Anterior</b>	<b>Año Vigente</b>
1	ACTIVOS	3,688,989.59	4,740,797.15
1.1	OPERACIONALES	448,619.05	1,493,947.50
1.1.1	DISPONIBILIDADES	447,619.05	692,666.60
1.1.1.03	Banco Central del Ecuador moneda de curso	406,655.39	676,410.85
1.1.1.09	Bancos de fomento y desarrollo moneda de	33,966.69	16,244.89
1.1.1.51	Depósitos a plazo en moneda de curso legal	6,996.97	10.86
1.1.2	ANTICIPOS DE FONDOS	1,000.00	566,415.60
1.1.2.01	Anticipos a servidores públicos	0.00	1,732.65
1.1.2.03	Anticipos a contratistas de obras de infraestructura	0.00	563,252.92
1.1.2.13	Fondos de reposición	1,000.00	1,000.00
1.1.2.21	Egresos realizados por recuperar	0.00	80.88
1.1.2.80	Anticipos de fondos por recuperar	0.00	100.00
1.1.2.81	Anticipos de fondos por pagos al SRI	0.00	249.15
1.1.3	CUENTAS POR COBRAR	0.00	234,865.30
1.1.3.11	Cuentas por cobrar impuestos	0.00	44,709.30
1.1.3.13	Cuentas por cobrar tasas y contribuciones	0.00	27,839.50
1.1.3.14	Cuentas por cobrar venta de bienes y servicios	0.00	14,790.99
1.1.3.81	Cuentas por cobrar impuesto al valor agregado	0.00	147,525.51
1.2	INVERSIONES FINANCIERAS	1,690,969.63	1,365,544.52
1.2.2	INVERSIONES PERMANENTES EN TÍTULOS Y VAL.	238,775.48	244,787.48
1.2.2.05	Inversiones en títulos y valores	238,775.48	244,787.48
1.2.4	DEUDORES FINANCIEROS	1,452,194.15	1,120,757.04
1.2.4.82	Anticipos de fondos de años anteriores	306,962.61	69,050.53
1.2.4.98	Cuentas por cobrar de años anteriores	1,145,231.54	1,051,706.51
125.47.01	INTANGIBLES	0.00	12,059.87
1.3	INVERSIONES EN EXISTENCIAS	65.00	65.00

1.3.4	EXISTENCIAS DE BIENES DE USO Y CONSUMO	65.00	65.00
1.3.4.08	Existencias de bienes de uso y consumo	65.00	65.00
1.4	INVERSIONES EN BIENES DE LARGA DURACION	1,549,335.91	1,881,240.13
1.4.1	BIENES DE ADMINISTRACIÓN	1,549,335.91	1,881,240.13
1.4.1.01	Bienes muebles	1,632,137.45	1,935,806.64
1.4.1.03	Bienes inmuebles	249,317.64	264,167.64
1.4.1.99	Depreciación acumulada	-332,119.18	- 318,734.15
(-)			
1.5.1.11	Remuneraciones básicas	0.00	530,881.80
1.5.1.12	Remuneraciones complementarias	0.00	55,350.06
1.5.1.14	Subsidios	0.00	410.00
1.5.1.15	Remuneraciones temporales	0.00	211,167.59
1.5.1.16	Aportes patronales a la seguridad social	0.00	94,234.07
1.5.1.32	Servicios generales	0.00	83,830.36
1.5.1.33	Traslados, instalaciones, viáticos y sub	0.00	38,805.86
1.5.1.34	Instalación, mantenimiento y reparaciones	0.00	32,638.30
1.5.1.35	Arrendamientos de bienes	0.00	1,904.35
1.5.1.36	Contratación de estudios e investigaciones	0.00	4,708.34
1.5.1.37	Gastos en informática	0.00	3,022.96
1.5.1.38	Bienes de uso y consumo para inversión	0.00	319,693.21
1.5.1.51	Obras de infraestructura	0.00	982,476.83
1.5.1.54	Obras en líneas, redes e instalaciones	0.00	1,220.00
1.5.1.55	Mantenimiento y reparaciones mayores de	0.00	97,464.61
1.5.1.92	Acumulación de costos en inversiones en	12,728,894.75	12,728,894.75
1.5.1.98	Aplicación a gastos de gestión	-12,728,894.75	-15,186,703.09
(-)			
1.5.2.92	Acumulación de costos en inversiones en	299,041.39	299,041.39
1.5.2.98	Aplicación a gastos de gestión	-299,041.39	-299,041.39
(-)			
2	PASIVOS	1,248,565.37	1,692,988.84
2.1	DEUDA FLOTANTE	38,898.60	446,609.99
2.1.2	DEPÓSITOS Y FONDOS DE TERCEROS	38,898.60	48,977.88
2.1.2.03	Fondos de terceros	38,898.60	48,977.88
2.1.3	CUENTAS POR PAGAR	0.00	397,632.11
2.1.3.51	Cuentas por pagar gastos en personal	0.00	35,729.18
2.1.3.53	Cuentas por pagar bienes y servicios de consumo	0.00	36,877.75
2.1.3.57	Cuentas por pagar otros gastos	0.00	333.11
2.1.3.58	Cuentas por pagar transferencias y donaciones	0.00	193.00
2.1.3.71	Cuentas por pagar gastos en personal para inversión	0.00	105,139.94
2.1.3.73	Cuentas por pagar bienes y servicios para inversión	0.00	75,759.03
2.1.3.75	Cuentas por pagar obras públicas	0.00	117,564.35
2.1.3.81	Cuentas por pagar impuesto al valor agregado	0.00	23,819.35

2.1.3.84	Cuentas por pagar inversiones en bienes	0.00	714.90
2.1.3.97	Cuentas por pagar depósitos y fondos de	0.00	1,501.50
2.2	DEUDA PUBLICA	1,209,666.77	1,246,378.85
2.2.3	EMPRÉSTITOS	805,842.96	1,197,210.39
2.2.3.01	Créditos internos	805,842.96	1,197,210.39
2.2.4	FINANCIEROS	403,823.81	49,168.46
2.2.4.98	Depósitos y fondos de terceros de años a	403,823.81	49,168.46
6	PATRIMONIO	2,440,424.22	3,047,808.31
6.1	PATRIMONIO ACUMULADO	2,440,424.22	3,047,808.31
6.1.1	PATRIMONIO PÚBLICO	2,440,424.22	2,742,931.73
6.1.1.09	Patrimonio gobiernos seccionales	2,440,424.22	2,742,931.73
6.1.8	RESULTADOS DE EJERCICIOS	0.00	304,876.58
6.1.8.03	Resultado del ejercicio vigente	0.00	304,876.58
638.53	AMORTIZACION INTANGIBLES	0.00	12,059.87
9.1	CUENTAS DE ORDEN DEUDORAS	3,392,852.83	3,471,322.62
9.1.1	CUENTAS DE ORDEN DEUDORAS	3,392,852.83	3,471,322.62
9.1.1.07	Especies valoradas emitidas	1,730.30	1,730.30
9.1.1.09	Garantías en valores, bienes y documento	3,287,529.13	3,365,998.92
9.1.1.13	Bienes recibidos en comodato	103,503.40	103,503.40
9.1.1.17	Bienes no depreciables	90.00	90.00
9.2	CUENTAS DE ORDEN ACREEDORAS	3,392,852.83	3,471,322.62
9.2.1	CUENTAS DE ORDEN ACREEDORAS	3,392,852.83	3,471,322.62
9.2.1.07	Emisión de especies valoradas	1,730.30	1,730.30
9.2.1.09	Responsabilidad por garantías en valores	3,287,529.13	3,365,998.92
9.2.1.13	Responsabilidad por bienes recibidos en	103,503.40	103,503.40
9.2.1.17	Responsabilidad por bienes no depreciables	90.00	90.00
	<b>Total Activo</b>	<b>3,688,989.59</b>	<b>4,740,797.15</b>
	<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>3,688,989.59</b>	<b>4,740,797.15</b>
	<b>TOTAL ACTIVO + ACTIVOS INTAGIBLES</b>	<b>3,688,989.59</b>	<b>4,752.857.02</b>
	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO + ACTIVOS</b>	<b>3,688,989.59</b>	<b>4,752.857.02</b>
	<b>INTAGIBLES</b>		

En base al estudio realizado en las Normas Internacionales de Contabilidad (Nic) y las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (Nec), se determina que el capital intelectual debe ser presentado en el balance general en el grupo de otros activos, puesto que el desembolso se hace anticipadamente para recibir beneficios futuros y según el Acuerdo Ministerial N° 018-2017 emitido del 27 de enero del 2017 que actualiza el catálogo general de cuentas contables y que es de uso obligatorio para todas las entidades del sector público no financiero, al revisar y analizar el catálogo se establece que existe dos cuentas con las que se puede contabilizar los activos intangibles y que figuren en el estado de situación financiera, las dos cuentas mencionadas son Intangibles que se incluye en la parte de los activos y la de Amortización de intangibles en la parte del patrimonio, cumpliendo así los principios de contabilidad y su normativa vigente.

### Conclusiones

Las instituciones públicas no reflejan en su información financiera los activos intangibles invisibles, pero ven la

importancia de una valoración y registro oportuno de los mismos para visualizar la gestión de los gobiernos de turno y el uso eficiente de los recursos asignados a las diferentes entidades del sector público.

El proceso de valoración que se sustenta en el sistema de indicadores es dinámico y flexible, ya que puede adaptarse o acoplarse a la realidad y necesidad de cada ente, permitiendo tener un sustento técnico razonable en la incorporación a los estados financieros y la interpretación de los mismos.

Al valorar los activos intangibles invisibles se puede analizar la ventaja competitiva que tiene la institución respecto a otra de similares características, logrando así mejorar la cadena de valor de los productos y servicios ofertados a la ciudadanía por el sector público.

## Referencias

- Andriessen, (2004a), *IC valuation and measurement: Classifying the state of the art*, *Journal of Intellectual Capital*, N° 5(2), pp. 230-242
- Bontis, (1998). *Assessing knowledge assets: A review of the models used to measure intellectual capital*, *International Journal of Management Reviews*, n° 3(1), pp. 41-60
- Calderón V., J. A. (2012). *Capital humano: Elemento de diferenciación entre las organizaciones*. Actualidad Contable Face, 05-18, 15-24.
- Catálogo general de cuentas sector público no financiero 2017.
- Constitución de la República Del Ecuador, 2008.
- Kristandl y Bontis, (2007), *The strategic management of intellectual capital and organizational knowledge*, NY: Oxford University Press, New York
- De Castro. G M., (2008), *Reputación empresarial y ventaja competitiva*, Madrid, España, Editorial Esic.
- López Cabarcoz, M., Grandío, A. (2015), *Capital humano como fuente de ventajas competitivas*, Madrid, España, Editorial Gesbiblo SL.
- Manso Coronado F., (2003), *Diccionario enciclopédico de estrategia empresarial*, Madrid, España, Editorial Díaz de Santos S.A.
- Meritum, P. (2002). *Directrices para la gestión y difusión de información sobre activos intangibles*. España: Grupo Marte S.A.
- Nevado Peña D., López Ruiz V., (2002), *El capital intelectual: valoración y medición: modelos, informes, desarrollos y aplicaciones*, España, Editorial Alhambra S. A.
- Plan Nacional Del Buen Vivir (2013 – 2017), Resolución No. CNP–002-2013.
- Proyecto EUROFORUM. (2002). *Proyecto Intelect. Medición del capital intelectual*. Madrid.
- SIMÓ, P., & SALLÁN, J. M. (2008). Capital intangible y capital intelectual: Revisión, definiciones y líneas de investigación. *Estudios de Economía Aplicada*, 65-78.
- Stewart T. (2010). *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. Manhattan: Crown Publishing Group.
- Valhondo D., (2010), *Gestión del conocimiento, del mito a la realidad*, Madrid, España, Editorial Díaz de Santos S.A.
- Wu,( 2005), *Business and financial reporting: Challenges from the new economy*, Norwalk, CT, FASB

# Innovación Organizacional en el enlace de turno del personal de enfermería

**Karen Iveth Valdéz Monteón**  
Instituto Tecnológico de Sonora  
kavem\_88@hotmail.com

**Ramón René Palacio Cinco**  
Instituto Tecnológico de Sonora  
ramon.palacio@itson.edu.mx

**Luis Adrián Castro Quiroa**  
Instituto Tecnológico de Sonora  
luis.castroq@itson.edu.mx

**Jorge Guadalupe Mendoza León**  
Instituto Tecnológico de Sonora  
jorge.mendoza@itson.edu.mx

## Resumen

Este trabajo tiene como objetivo identificar las implicaciones de diseño de un mecanismo para el proceso de enlace de turno entre enfermeras, ya que este proceso es clave para la continuidad del cuidado del paciente. Se utilizó como base el modelo CREINNOVA, con la participación 26 enfermeros para la generación de ideas. Después éstas fueron clasificadas para posteriormente identificar las implicaciones de diseño para la creación de un mecanismo que facilite el enlace de turno, el cual debe visualizar y transferir información del estado de salud del paciente de una manera ágil y rápida, para que cuando el personal de enfermería reciba al paciente tenga los datos de calidad con respecto al estado y evolución del paciente lo más apegado a la realidad, por lo que estos datos deben de ser exactos, precisos, relevantes, completos, consistentes, transparentes y oportunos. En conclusión, el personal de enfermería requiere del diseño de mecanismos innovadores que faciliten información de calidad del estado y evolución del paciente, sin importar si se comunicó con sus colegas. Es por eso que las implicaciones de diseño son el fundamento principal para la creación y desarrollo de este tipo de mecanismos que innove la actividad del enlace de turno.

**Palabras claves:** innovación organizacional, enfermería, enlace de turno.

## Abstract

This work aims at identifying the implications for design that may derive from studying the nursing shift handover process. This process is fundamental for continuous patient care. For this, we used the CREINNOVA model as ideas generation technique, in which 26 nurses participated. Then, we classified the collected ideas for creating a first set of implications for design of a mechanism that can facilitate nursing shift handover. This mechanism must enable visualization and the shift handover of health data of patients, in a timely fashion. Moreover, when patient data are handed over to the next shift, data must be reliable. For this, data much be assessed in terms to precision, accuracy, relevance, completeness, consistency, transparency, and timeliness. That is, nurses require innovative mechanisms that facilitate data quality pertaining to the patient's current state and evolution. This is why the implications for design are fundamental for the creation and developments of these types of mechanisms, which may lead to innovation in nursing shift handover.

**Keywords:** organizational innovation, nursing, shift handover.

## Introducción

Dentro de las organizaciones de la salud, podemos observar que se encuentra el hospital, el cual se define como un establecimiento para la atención a personas con problemas de la salud, las cuales son atendidas por medio de profesionales tanto del ramo de la medicina como el administrativo, como por ejemplo, médicos, personal de enfermería, personal auxiliar administrativo y técnicos, ofreciendo servicios como consulta médica, hospitalización, laboratorio, cirugías, farmacia, radiología, entre otros, durante las 24 horas al día y los 365 días del año.

La misión de los hospitales está enfocada a la mejora y recuperación de la salud de la persona ingresada, en la cual compromete todos los esfuerzos ya sea administrativos, técnicos, científicos, y de investigación bajo la responsabilidad del recurso humano, el cual es preparado y seleccionado de manera profesional. Desde que ingresa el paciente hasta el egreso del mismo, transcurre una serie de actividades que exigen una acertada y cuidadosa intervención de quienes deben de asumir la responsabilidad de la evolución de la salud del paciente, esto sin poder determinar cuál es la actividad más importante a lo largo de la estancia del paciente. Todo el recurso disponible debe de involucrarse en las actividades que transcurren dentro de la organización, es por eso que existe una gran preocupación por parte de los directivos de este tipo de organizaciones por mantener actualizado tanto el personal humano, como los procesos y la tecnología que la conforman (Malagón-Londoño, Morera, & Laverde, 2008).

Uno de los mayores retos que se están presentando hoy en día en los hospitales es el de implementar la gestión clínica de manera innovadora que permita promover y ofrecer una atención de calidad, de forma equitativa, esto como consecuencia de los rápidos cambios en el ámbito social, científico y económicos (Cano, 2011).

En México la innovación tecnológica se presenta de manera casi nula, por ejemplo una sala urgencia de un hospital público, en ésta se puede observar: personal de enfermería corriendo de un lugar a otro, médicos escribiendo reportes de manera manual, farmacéuticos dosificando medicamentos, administrativos tecleando en sus máquinas de escribir o en una computadora obsoleta, y pacientes quejándose de un mal servicio, y al ir a hospitales privados por una mejor atención y tecnología más actualizada es de manera costosa. Los protocolos médicos no sólo han ayudado a gestionar mejor la atención de pacientes, la innovación tecnológica ha sido un tipo de recurso llamado “enfermero en silencio”, que siempre está disponible para que la gestión médica sea lo más eficiente posible. En el sector privado, son pocos los hospitales que tienen un eficiente sistema de gestión clínica o, en el mejor de los casos, que le han apostado a implementar nuevas soluciones (Munguía, 2013).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) en el año 2007, dentro de las “Nueve soluciones para la seguridad del paciente” abordó el tema de traspaso del paciente entre varios equipos médicos en donde al momento de realizar la transferencia de información sobre su estado de salud pueden llegar a no incluir toda la información necesaria, o que pueda estar interpretada de manera errónea (OMS, 2007b).

En los hospitales, el personal maneja datos sobre el estado de salud de los pacientes, los cuales cuando los interpretamos y les damos un sentido significativo se convierten en información, y entre más información generemos, mayor es la necesidad de convertirla en conocimiento (Cano, 2011). Al adquirir ese conocimiento el personal de enfermería es capaz de cumplir con el cuidado del paciente a través de las indicaciones otorgadas por el médico, que debe orientarse no sólo mejorar la calidad y la equidad del servicio prestado, sino garantizar la salud de los pacientes. El personal del hospital está en constante interacción con la información de los pacientes, en especial el personal de enfermería, ya que ellos ocupan datos e información para realizar sus

actividades (Camarena, 2010).

El personal de enfermería juega distintos roles, no solo para poder satisfacer las necesidades de los pacientes y su familia, sino también para cumplir con sus obligaciones dentro de la institución, uno de los roles es el administrativo el cual consiste en la gestión de los recursos que se utilizan, entre ellos el medicamento, herramientas y la documentación esencial; y el social, porque tiene como responsabilidad el cuidado del paciente y está en constante interacción con la familia del paciente (Quecan Rodriguez, 2016).

Entre las actividades que se manejan respecto al intercambio de información se encuentra el enlace de turno, el cual nos permite por medio de un proceso de comunicación, transmitir de enfermera a enfermera toda la información referente al paciente como, por ejemplo, el diagnóstico, evolución, tratamiento, actividades, exámenes realizados o pendientes (Arroyo Marles & Guevara Lozano, 2015). Es por ello que es necesario disminuir las barreras en el flujo de comunicación que se presentan durante la actividad del enlace de turno del área de hospitalización privada, para que el personal cuente con la información necesaria para la generación del conocimiento y proporcionar un servicio de calidad.

### **Importancia del problema**

El enlace de turno de enfermería consiste en el intercambio de información sobre los pacientes con el personal de enfermería que está comenzando su turno, esto con el propósito de seguir con la continuidad de turno (Dowding, 2001). Durante el enlace de turno sobresalen los aspectos más importantes de la evolución del paciente por medio de un proceso de comunicación, estableciendo interacción por parte del personal de enfermería con la finalidad de restaurar y preservar la salud del paciente. El enlace de turno debe de ser objetivo y exacto, es por eso que la comunicación juega un rol muy importante ya que es necesario escuchar y entender. Para ello el personal de enfermería hace uso de diversos informes, como el estado de salud del paciente y hojas de enfermería, cuyo propósito es facilitar y esclarecer la transferencia de información ya sea de manera verbal o no verbal, ésta se debe de llevar a cabo de manera clara, breve, ordenada y completa, explicando los eventos que se han presentado con el paciente durante su turno, pero no siempre se cuenta con la información necesaria para llevar a cabo este tipo de actividades (Rosales, Castro, & España, 2016). Una de las dificultades más comunes respecto a los informes que se utilizan es que carecen de forma y estructura, es por eso que la información que se está transmitiendo la mayoría de los casos es irrelevante, repetitiva y especulativa (Sexton et al., 2004).

El desarrollo correcto de un enlace de turno permite al personal de enfermería observar un panorama sobre las condiciones en las que recibe al paciente y con eso ir planificando todas las acciones y actividades que va a realizar durante su turno, es por ello que el enlace de turno es considerado una actividad clave en el cuidado y mejora de la salud, ya que le aporta al personal de enfermería un panorama general de la evolución clínica de cada paciente (Caldón Rodríguez, 2014).

Existen factores negativos que llegan afectar el traspaso de información durante el enlace de turno como, por ejemplo, el poco valor que le otorga el personal de enfermería a esta actividad considerada clave en el cuidado del paciente, la falta de comunicación y claridad en los registros, el excesivo número de pacientes en las áreas hospitalarias, los retrasos del personal de enfermería, la documentación insuficiente, la sobrecarga de trabajo en la supervisión, el constante flujo de otros profesionales dentro del área, las llamadas telefónicas y el tiempo insuficiente para el traspaso de dicha información. Otro factor que incide en una entrega de turno es el tiempo, ya que el personal de enfermería solo cuenta con 10-30 minutos, tomando como referencia los horarios de inicio y finalización de su jornada laboral (Arroyo Marles & Guevara Lozano, 2015). También se afirma que la falta de

tiempo durante la actividad del enlace de turno puede afectar durante el proceso de comunicación (Evans, Grunawalt, McClish, Wood, & Friese, 2012).

La información incompleta, la falta de tiempo, los distractores tanto humanos como materiales, y los errores dentro del proceso de comunicación durante el enlace de turno, son la principal causa en los errores de medicación, estancias hospitalarias más prolongadas, toma de exámenes de diagnóstico innecesarias e insatisfacción en la hospitalización del paciente. Esto puede llegar a presentar conductas negativas en el personal que no contribuye con la continuidad de turno y en el juicio crítico para priorizar y organizar el cuidado del paciente, como por ejemplo, se tiene la información no entendida o la omisión en su traspaso, la prolongación del tiempo de entrega de turno, la indisciplina por parte del personal de enfermería, desviando la atención, desmotivación, mostrando desinterés y falta de respecto entre el personal y una interrupción en la comunicación (Arroyo Marles & Guevara Lozano, 2015). Para que el enlace de turno se realice de manera correcta, es necesario el uso de algunas acciones o mecanismos que se integren a las actividades de trabajo del personal de enfermería, para que así contribuya a una atención de calidad al paciente (Llapa Rodríguez et al., 2013).

Es por ello que este trabajo de investigación tiene como objetivo identificar las implicaciones de diseño para la creación de mecanismos que faciliten el proceso de enlace de turno en hospitalización privada. Por lo que considerando lo anterior, se propone la siguiente pregunta de investigación que guía a este trabajo:

¿Qué implicaciones de diseño permiten la creación de mecanismos que facilite datos de calidad para el proceso de enlace de turno en el área de enfermería de un hospital privado?

El aseguramiento de la calidad en el grado de atención otorgado por el personal de enfermería puede proporcionar la prevención de eventos adversos, los cuales representan un problema grave al ocasionar daños de distintos grados a los pacientes y a su familia, y como consecuencia incrementar el costo de atención y estancia hospitalaria. Los eventos adversos son el origen de una fuerte inquietud por los efectos negativos que éstos conllevan en la atención médica, por lo que se considera importante la incorporación e innovación de estrategias que ayuden a prevenirlos y realizar una evaluación permanente para poder supervisar su funcionamiento y de esta manera mejorar en la calidad del proceso de atención al paciente (Rivas-Espinosa, de Jesús Verde-Flota, Ramírez-Villegas, Guerra-Escamilla, & Ramírez-Espinosa, 2015).

El enlace de turno es una actividad clave dentro de las prácticas de enfermería para la continuidad del cuidado del paciente, dentro del modelo del Consejo de Salubridad General (CSG) para la atención en salud con calidad y seguridad, para ello un punto clave que se considera importante es la definición e implementación de un mecanismo estructurado de comunicación, que pueda permitir un enlace de turno oportuno y coordinado con la información del paciente que se requiere. Este mecanismo de comunicación se conoce como la herramienta SBAR por sus siglas en inglés (Situation, Background, Assessment, Recommendation), el cual consiste en utilizar de manera estandarizada los siguientes pasos para transferir la información del paciente: (S) situación actual, (B) antecedentes que circunscriben la enfermedad actual, (A) evaluaciones, y (R) recomendaciones y actividades pendientes (CSG, 2015).

La OMS y The Joint Commission consideran como otro punto clave para la comunicación durante el traspaso de pacientes, la transferencia de información de manera clara sobre el estado del paciente como lo son, sus medicamentos, sus planes de tratamiento, sus indicaciones anticipadas y cualquier cambio que se considere relevante en su estado (OMS, 2007a).



Por lo anterior, en este trabajo se consideran los dos puntos clave mencionados como la solución a la mejora en la calidad de la atención al paciente por parte del personal de enfermería, en el proceso de enlace de turno del área de hospitalización, para cumplir con los estándares de la OMS y del CSG en México. En la sección 2 se describe la metodología que se siguió, así como los participantes y los materiales utilizados para llegar a una solución; en la sección 3 se presentan los resultados obtenidos: las ideas de diseño para prototipos mockup; en la sección 4 muestra la discusión generada respecto a la investigación; y, en la sección 5 se describen las conclusiones a las que se llegaron con este estudio.

### **Metodología**

Se realizó un taller de creatividad e innovación enfocándose en la problemática del enlace de turno planteada en la sección anterior, el cual tuvo una duración total de 12 horas, abarcando a la mayoría del personal de enfermería de una Clínica Hospital privada. Esto con el objetivo de desarrollar el pensamiento creativo de los participantes para generar ideas aplicables a la solución de la problemática detectada dentro de la clínica hospital, en donde ellos, siendo el personal de enfermería que está en constante interacción con dicha actividad, sean los que aporten ideas, conocimientos, opiniones con un objetivo en común: mejorar la actividad del enlace de turno, en donde se pueden crear prototipos de posibles soluciones al problema presentado.

### **Participantes**

El grupo de participantes fueron un total de 26 enfermeros de una Clínica Hospital Privada, ubicada en el Sur de Sonora, dichos enfermeros pertenecían a distintas áreas como: hospitalización, cubículos, urgencias y quirófanos, en donde predomina el género femenino con un total de 22 asistentes, y el género masculino con un total de 4 asistentes.

A lo largo del taller, los participantes se agruparon en un total de 6 equipos, con las siguientes características:

- Equipo 1.- Conformado por 4 enfermeras: 3 enfermeras de piso y una supervisora de enfermería.
- Equipo 2.- Conformado por 5 enfermeros, 3 enfermeras de piso, 1 enfermero de urgencias y una supervisora de enfermería.
- Equipo 3.- Conformado por 5 enfermeros: 4 enfermeras de piso y 1 enfermero de urgencias.
- Equipo 4.- Conformado por 4 enfermeras: 3 enfermeras de piso y una supervisora de enfermería.
- Equipo 5.- Conformado por 4 enfermeros: 2 enfermeras de piso, 1 enfermera de cubículos y 1 enfermero de quirófano.
- Equipo 6.- Conformado por 4 enfermeros: 3 enfermeras de piso y 1 enfermero de urgencias.

### **Materiales**

Durante el taller fue necesario el manejo de distintos materiales como los son: hojas blancas, cartas de lotería, notas Post-it, crayolas, colores, plumas, plumones y cintas adhesivas; así como también aparatos como cronómetro para poder medir el tiempo de cada actividad, cámara con la cual se grabó la presentación de la actividad 4 y 5. También se utilizó el formato 3i (Ver Figura 1), este formato se estuvo llenando con información proporcionada por los asistentes al taller, una vez contextualizado la problemática del enlace de turno con ayuda de los Pos-it de diferentes colores: Verde para el apartado de problemática, en este apartado los participantes escribieron las principales causas que originan la problemática que tenían en el enlace de turno; Rosa para el apartado acciones actuales, aquí los participantes se hicieron la pregunta ¿Qué está haciendo la clínica hospital actualmente para solucionar esta problemática?, en donde escribieron las acciones que está llevando la clínica

hospital para solucionar los problemas en el enlace de turno; Naranja para el apartado soluciones innovadores, en este apartado los participantes pensaron de qué manera podrían solucionar los problemas escritos en el apartado de la problemática, pero tomando en cuenta de que no estuvieran en el apartado de acciones actuales, que fuera algo que la clínica hospital no estuviera haciendo actualmente, es aquí donde los participantes desarrollaron ideas y soluciones innovadoras posibles a resolver dicha problemática; y por último, Azul, en el cuarto apartado que lleva por nombre prioridad, aquí los participantes priorizaron las soluciones innovadoras según su criterio, que habían escrito en el apartado anterior, seleccionaron las soluciones que ellos consideraron viables a resolver la problemática del enlace de turno.

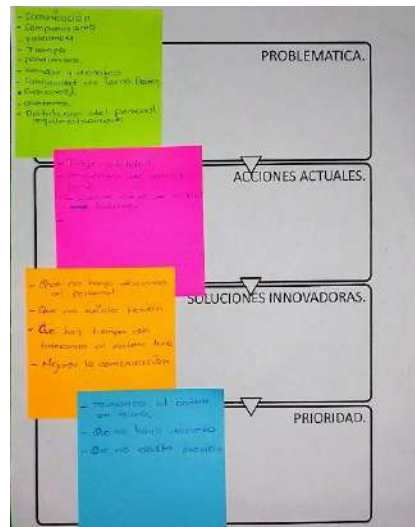


Figura 18 - Formato 3i, tomado de (Arraut, 2016)

### Procedimiento

Con base en las técnicas utilizadas por el modelo creinnova del Dr. Luis Arraut, la cual está basada en la Creatividad, Pensamiento y Diseño e Innovación (Arraut, 2016), durante el taller de creatividad e innovación se realizaron 5 actividades (Ver Figura 2), las cuales se llevaron a cabo con el objetivo de que los participantes contribuyeran, con sus conocimientos y experiencia, ideas para determinar las implicaciones de centradas en la problemática del enlace de turno. Dichas actividades se describen a continuación:

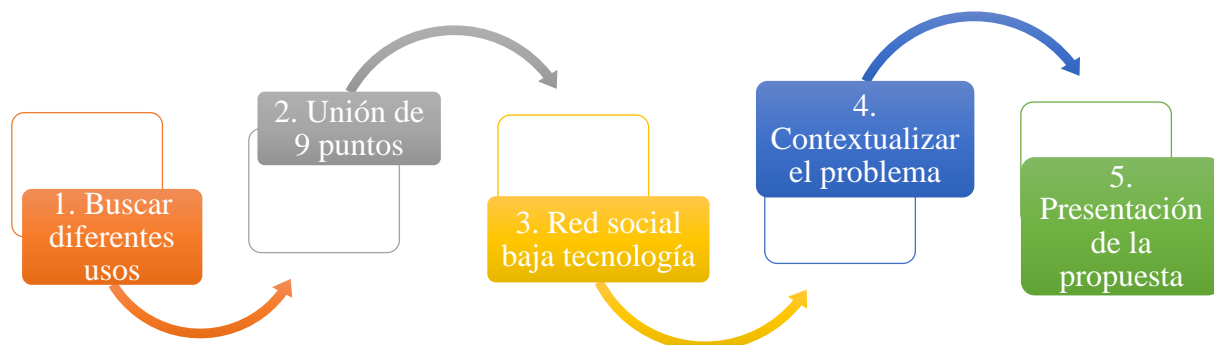


Figura 19 - Actividades del taller

Actividad 1: Buscar diferentes usos, como su nombre lo indica los participantes buscaron los diferentes usos a los objetos presentados por medio de las cartas de la lotería, en una hoja ellos escribieron los

diferentes usos que le podían otorgar a cierto objeto, entre más usos generaban mayor pensamiento creativo estaban desarrollando, esta actividad se desarrolló con el objetivo de despertar la imaginación de los participantes y estimular el pensamiento creativo.

Actividad 2: Unión de 9 puntos, se les entregó una hoja con el acertijo de unir 9 puntos con 4 líneas rectas, el reto de esta actividad consistió en unir los 9 puntos presentados con 4 rectas sin levantar el lápiz del papel y sin tocar dos veces el mismo punto, de esta manera los participantes estimularon el pensamiento creativo.

Actividad 3: Red social baja tecnología, se realizó una red social con baja tecnología, aquí los participantes contaban con una hoja cada uno en donde se dibujaron como una avatar y plasmaron también con dibujos las actividades que les gusta realizar en sus pasatiempos y un sobrenombre que nadie reconociera, de esta manera los participantes se organizaron en equipos con personas que tenían en común sus pasatiempos, interactuando unos con otros con las semejanzas que tuvieron, esta actividad tuvo como el objetivo el de despertar la imaginación de los participantes, romper el hielo entre ellos, poder relacionarse unos con otros y formar equipos para la siguiente actividad.

Actividad 4: Contextualizar el problema, una vez que se formaron equipos contextualizaron la problemática a tratar, y se les otorgaron post-it de distintos colores y el formato 3i, en el cual los participantes de cada equipo trataron los distintitos apartados del formato hasta llegar a las soluciones innovadoras propuestas en equipo, esta actividad tuvo como objetivo el contextualizar a los participantes acerca de la problemática a desarrollar para buscar posibles soluciones.

Actividad 5: Presentación de la propuesta, por último, los participantes aportaron ideas de diseño sobre que funciones debería de cumplir el mecanismo que pudieran utilizar durante el enlace de turno, es importante tomar su opinión como participantes de dicho proceso a estudiar, ya que son ellos lo que utilizarán ese mecanismo y facilitará sus labores.

### Discusión y resultados

Para realizar el análisis de la información de la aplicación del modelo Creinnova, la cual fue videograbada, se llevó a cabo mediante la utilización de las técnicas de investigación cualitativa conocidas como codificación abierta, codificación axial y codificación selectiva de la teoría fundamentada (Corbin, & Strauss, 2008). De esto se desprenden los resultados del proyecto que describen los hallazgos identificados en el taller de creatividad e innovación, donde primero se describen los problemas y situaciones identificados respecto al Formato 3i, esto permitió comenzar con el proceso de categorización y buscar soluciones a dicho problema. Esto permitió la identificación y descripción de los problemas reales que limitan el proceso de enlace de turno en el área de hospitalización, los cuales se resumen en la Tabla 1. En dicha Tabla, en la columna Problema se define los inconvenientes que surgieron a partir del análisis de los datos y en la columna Situación se describe el motivo que causa dicho problema.

**Tabla 21** - Lista de problemas y situaciones identificados

Problema	Situación
1. Dificultad para la comprensión de la información	El personal de enfermería ha presentado mal comportamiento destacando el desinterés y mal manejo del estrés, causando discusiones, omisión y

	falta de información del estado de salud del paciente
2. Tiempo insuficiente	Para realizar el enlace de turno es importante contar con el tiempo suficiente para poder recibir el inventario de materiales y la información completa del estado de salud del paciente
3. Disminución del rendimiento laboral	Debido a que el personal recibe inventario incompleto y expediente clínico con información faltante existe una falta de continuidad de turno e incumplimiento en los deberes que deben de realizar

Basándonos en el conjunto de problemas y situaciones resumidos en la Tabla 1, en la Tabla 2 se presentan las características de los hallazgos para posteriormente fundamentar las implicaciones de diseño que permitirán apoyar en el cumplimiento de transferencia de datos durante el enlace de turno en hospitalización. A continuación, se describen tales las implicaciones de diseño:

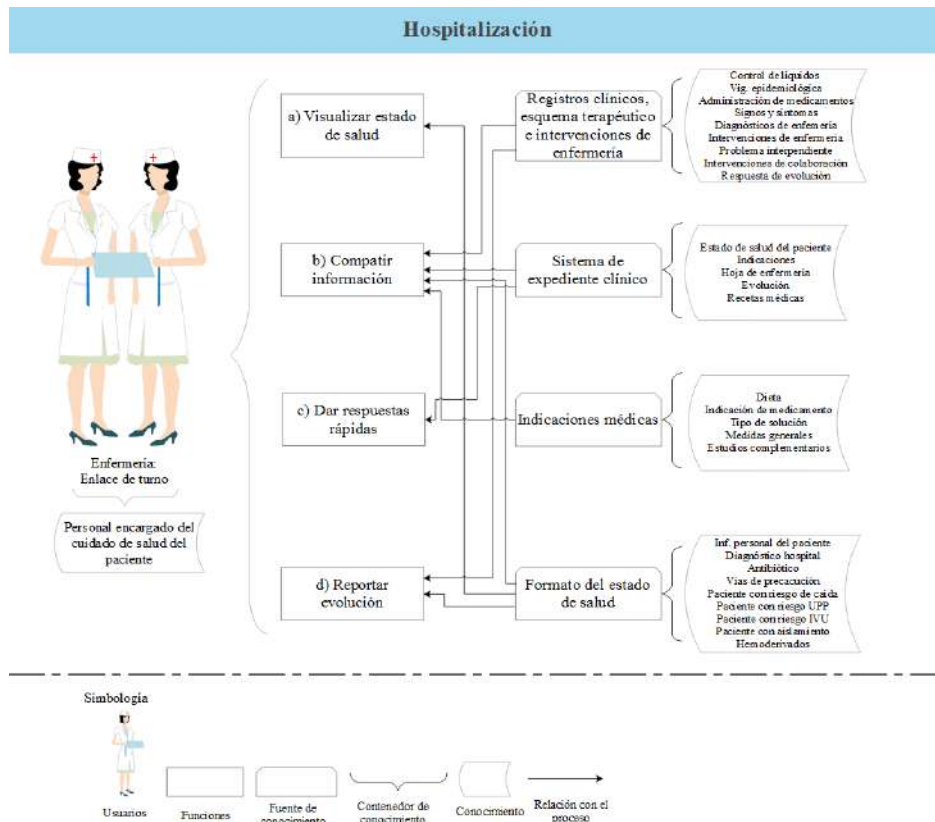
1. *Uso de mecanismos que permitan la visualización de la información del estado de salud del paciente (I1):* La tecnología debe de proporcionar que el personal de enfermería pueda visualizar los datos del estado de salud del paciente en tiempo real.
2. *Uso de mecanismo que adecúe la transferencia de información entre el personal de enfermería (I2):* Se requiere de la transferencia de información del estado de salud del paciente entre el personal de enfermería para realizar el enlace de turno.
3. *Uso de mecanismo que posibilite que la transferencia de información sea ágil y rápido (I3):* Es necesario que la transferencia de información sea ágil y rápida ya que el tiempo de la actividad del enlace de turno es insuficiente.
4. *Uso de mecanismo que facilite que el personal de enfermería reciba el expediente con la información completa del estado de salud del paciente para la continuidad de turno (I4):* Al entrar al turno se requiere que el personal de enfermería cuente con el expediente clínico con la información del estado de salud del paciente para realizar la continuidad del turno.

**Tabla 22 - Implicaciones de diseño**

Características	Implicaciones del diseño
1. Comprensión de la Información	I1. Uso de mecanismos que permita la visualización de la información del estado de salud del paciente I2. Uso de mecanismos que adecúe la transferencia de información entre el personal de enfermería
2. Transferencia de Información	I3. Uso de mecanismo que posibilite que la transferencia de

	información sea ágil y rápido
3. Optimización del rendimiento laboral	I4. Uso de mecanismo que facilite que el personal de enfermería reciba el expediente con la información completa del estado de salud del paciente para la continuidad del turno.

Las distintas implicaciones de diseño identificadas permitirán al personal de enfermería la facilidad de acceder a los datos necesarios para el proceso de enlace de turno en el área de hospitalización. Para explicar las implicaciones de diseño (Ver Figura 3), es importante ubicar en donde se almacena el conocimiento dentro del contexto del trabajo de las enfermeras, lo cual se conoce como fuentes de conocimiento, es aquí donde se considera importante dar énfasis ya que el conocimiento se almacena en distintas fuentes como son los formatos de manera manual, en un sistema de expediente clínico, pero también en el mismo personal que labora en el hospital (p. ej., enfermeras y médicos). Dichas implicaciones van orientadas a la transferencia de información durante el enlace de turno del área de hospitalización, esto permite compartir de enfermera a enfermera toda la evolución y el estado de salud del paciente durante su turno, como por ejemplo transferir información sobre la administración de los medicamentos, dieta, curaciones, eventos adversos, etc.



**Figura 20** – Relaciones entre conocimiento y sus fuentes

En la Figura 3 se muestran las cuatro implicaciones de diseño identificadas durante la investigación:

La Función a) corresponde a visualizar el estado de salud, con lo cual permitirá mostrar los datos relevantes del estado de salud del paciente y como fuente de conocimiento es necesario contar con el formato del estado de salud del paciente en donde se encuentran almacenados los datos como, por ejemplo, información personal del paciente, diagnóstico del hospital, antibiótico correspondiente, dieta, vías de precaución, paciente con riesgo de caída, etc.

En la Función b) se encuentra compartir información, que básicamente este es el objetivo que representa el enlace de turno, que es el transferir información de enfermera a enfermera para garantizar la continuidad del cuidado del paciente, así que se considera una función clave para este proceso, la cual tiene varias fuentes de conocimiento: registros clínicos, esquema terapéutico e intervenciones de enfermería, sistema de expediente clínico, indicaciones médicas y formato del estado de salud del paciente.

La Función c) proporciona respuestas rápidas, ya que para el proceso del enlace de turno, en la mayoría de los hospitales se cuenta con tiempo insuficiente para realizar dichas actividades, es por ello que es importante que en el diseño se incluya la agilidad y la rapidez para dar respuestas, y para ello ocupamos como fuente de información el sistema de expediente clínico que es donde se almacena toda la información del estado y evolución del paciente

Y, por último, se cuenta la Función d) el cual es reportar la evolución del paciente, y tiene como fuentes de conocimiento: registros clínicos, esquema terapéutico e intervenciones de enfermería y el formato del estado de salud del paciente.

Actualmente el hospital bajo estudio lleva estas acciones, pero de una manera manual, los formatos existentes que utilizan para el enlace de turno como son la hoja de enfermería y el estado de salud del paciente se llenan una vez que el personal de enfermería está desocupado dentro de su turno, es por eso que en ocasiones omite información, porque se les olvida lo que han realizado durante su jornada y no lo llegan a escribir en sus formatos o está escrito de una forma ilegible para el personal entrante que es al que le comparten los datos del paciente. Por ello se considera fundamental que los datos compartidos cumplan con las dimensiones de calidad, puesto que los datos deben de ser exactos lo que significa que los datos deben de contar con la capacidad de sacar conclusiones correctas, que deben de estar los más apegado a la realidad; también deben de ser precisos, esto significa que los datos deben de tener la habilidad para determinar decisiones a través de los datos ofrecidos; por otro lado, tienen que ser relevantes, los datos deben de ayudar al personal a saber lo que necesitan, deben de contar con la capacidad de utilizarlos con la máxima eficiencia posible; los datos deben de estar completos, no deben de dejar preguntas abiertas si no transmitir la información que deben saber; también tienen que ser consistentes, esto quiere decir que los deben de reflejar la capacidad de confiar en los datos sin importar de la fuente de conocimiento que tienen como origen, la información idéntica disponible en todas las áreas y procesos de la organización; deben de ser transparentes, esto significa que los datos tienen que ser confiables en toda la cadena de suministro de datos; y por último, los datos deben de ser oportunos, esto significa que deben de estar disponible sin ninguna demora, tienen que estar a tiempo cuando de lo soliciten para dar respuestas, y es por eso que se debe de tomar en cuenta estas dimensiones para poder transmitir información durante el enlace de turno con calidad para seguir con la continuidad del cuidado del paciente.

Por lo anterior, el enlace de turno requiere de la visualización del estado de salud del paciente en tiempo real, ya que con ello el personal de enfermería estará informando el estado de salud en el momento oportuno, donde se pueden obtener datos relevantes como por ejemplo datos generales del paciente, situación actual, antecedentes

del paciente, evaluaciones y recomendaciones, esto durante su estadía en el hospital y poder seguir con la continuidad del cuidado sin necesidad de que las personas involucradas en el traspaso del turno tengan que estar presentes. Para esto es importante la privacidad de este tipo de información, por lo que dicha visualización de tomar en cuenta características de privacidad en el manejo y uso de los datos del paciente; El personal de enfermería utiliza el enlace de turno como un momento necesario para compartir información, es aquí donde las personas involucradas comparten los datos relevantes para seguir con la continuidad de turno, ya que con esa información pueden realizar una planeación y priorización del cuidado del paciente; Se le solicita al personal que sea capaz de dar respuestas rápidas, este punto se considera necesario porque el personal solo cuenta con 30 minutos durante el enlace de turno para transmitir la información necesaria y es cuando en este momento el personal saliente solo quiere entregar el turno y salir de su jornada laboral, ya que por lo general tienen otro trabajo u otras ocupaciones que realizar, y el personal entrante llega tarde, por lo tanto se considera que el tiempo no es suficiente para esta actividad porque aparte de recibir el estado de salud del paciente tienen que recibir un inventario (p. ej. material de curación, equipo electro médico, herramientas como baumanómetros, estetoscopios, termómetros, etc.) para realizar sus labores; es necesario que el personal de enfermería deba reportar la evolución del paciente durante su jornada laboral, pues es una tarea vital para la continuidad del cuidado del paciente porque si no se lleva de la manera correcta puede llegar a afectar en la salud y prolongación de la estadía del paciente, y esto a su vez conlleva que se eleven los costos de su hospitalización, por lo que el personal debe de estar consciente de su importancia, ya que al reportar la evolución del paciente pueden verificar como ha estado el paciente e identificar si ha estado mejorando o decayendo y a su vez el médico también debe tener la facilidad de conocer la evolución del paciente y por consiguiente tomar mejores decisiones para la salud del paciente.

### **Conclusiones**

Como se ha investigado en la literatura y se pudo corroborar con esta investigación, existen deficiencias a la hora de realizar el enlace de turno, y esto repercute en el estado de salud del paciente, cabe notar que hay efectos negativos, y estos pueden afectar la salud del paciente por no llevar un enlace de turno de manera correcta, para ello es importante generar un mecanismo que permita compartir información de calidad del estado de salud del paciente de una manera estandarizada y que evite la omisión y pérdida de información, así como los conflictos innecesarios del personal.

La actividad del enlace de turno es clave para seguir con la continuidad del cuidado del paciente, las intervenciones y conductas que tiene el personal de enfermería, contribuyen de manera directa en la calidad y percepción de atención otorgada al paciente. Si se logra conservar activamente el canal de comunicación entre el personal de enfermería y los pacientes, se puede garantizar la continuidad de turno y cuidado del paciente y a su vez aumentará la calidad del servicio otorgado por el personal de enfermería y la percepción del paciente hacia el hospital (Rosales et al., 2016).

Las implicaciones de diseño propuestas ayudarán a la creación de mecanismos que proporcionen los datos del estado y evolución del paciente en tiempo real, para realizar un enlace de turno de manera más eficaz ya que actualmente se pierde información o no se entiende y esto puede llegar a afectar la estadía y salud del paciente. Por lo que dichos mecanismos están enfocados a conocer el estado y evolución del paciente, ya que ellos son los encargados del cuidado del paciente. Durante el enlace de turno el personal de enfermería debe compartir datos de calidad que permitan que la comunicación sea efectiva, de tal forma que en el momento que se desee consultar la información del paciente se cuente con datos exactos, precisos, relevantes, completos, consistentes, transparentes y oportunos, esto podrá ayudar a acompañar al médico a realizar sus visitas, y a su vez trae mitigar

los conflictos entre el mismo personal que se hacen presentes por el enlace de turno, evitando la omisión de información. De esta manera, las implicaciones de diseño identificadas permiten ubicar las fuentes de conocimiento que proporcionan los datos en tiempo y correctos del paciente lo más apegado posible a las normas que rigen los hospitales, ya que disminuirá la omisión de información, sin importar si se comunicó cara a cara con la enfermera entrante o saliente, por lo que se espera que los conflictos entre el personal disminuyan considerablemente.

Como trabajo futuro se pretende construir y evaluar un prototipo basado en las implicaciones de diseño que se proponen para el área de hospitalización donde sea posible validar e innovar el proceso de enlace de turno que conlleve de manera natural al cumplimiento de los lineamientos generales del modelo del Consejo de salubridad general para la atención en salud con calidad y seguridad

### Referencias bibliográficas

- Arraut, L. C. (2016). Modelo Creinnova. Retrieved from <http://www.innovarraut.com/Portal/2016/05/07/creinnova/#more-487>
- Arroyo Marles, L. P., & Guevara Lozano, M. (2015). El cambio de turno: Un eje central del cuidado de enfermería. *Enfermería Global*, Vol. 14, n°1 (2015).
- Caldón Rodríguez, P. C. (2014). Aspectos éticos y bioéticos de la entrega de turno del personal de enfermería. Universidad de La Sabana.
- Camarena, F. S. (2010). La gestión del conocimiento y el empowerment en un hospital universitario del siglo XXI.
- Cano, T. R. (2011). La Gestión del Conocimiento en un Hospital Universitario del S. XXI. *Apuntes de Ciencia*(1), 5-7.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (3rd ed.). Los Angeles, CA: Sage Publications Inc. Retrieved from [https://www.researchgate.net/profile/Brad\\_Wuetherick/publication/277197202\\_Basics\\_of\\_Qualitative\\_Research\\_Techniques\\_and\\_Procedures\\_for\\_Developing\\_Grounded\\_Theory/links/55d44f6f08ae0a34172296a1/Basics-of-Qualitative-Research-Techniques-and-Procedures-for-Developing-Grounded-Theory.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Brad_Wuetherick/publication/277197202_Basics_of_Qualitative_Research_Techniques_and_Procedures_for_Developing_Grounded_Theory/links/55d44f6f08ae0a34172296a1/Basics-of-Qualitative-Research-Techniques-and-Procedures-for-Developing-Grounded-Theory.pdf)
- CSG. (2015). MODELO DEL CSG PARA LA ATENCIÓN EN SALUD CON CALIDAD Y SEGURIDAD: ESTÁNDARES PARA CERTIFICAR HOSPITALES 2015. Retrieved from [http://www.csg.gob.mx/descargas/pdfs/certificacion/estandares/2aEdicion-EstandaresHospitales2015\\_SE.pdf](http://www.csg.gob.mx/descargas/pdfs/certificacion/estandares/2aEdicion-EstandaresHospitales2015_SE.pdf).
- Dowding, D. (2001). Examining the effects that manipulating information given in the change of shift report has on nurses' care planning ability. *Journal of advanced nursing*, 33(6), 836-846.
- Evans, D., Grunawalt, J., McClish, D., Wood, W., & Friese, C. R. (2012). Bedside Shift-to-Shift Nursing Report: Implementation and Outcomes. *Medsurg Nursing*, 21(5), 281.
- Llapa Rodríguez, E. O., Oliveira, C. d. S., França, T. R. S. d., Andrade, J. S. d., Pontes de Aguiar Campos, M., da Silva, P., & Costacurta, F. J. (2013). Programación del cambio de turno desde la óptica de los profesionales de enfermería. *Enfermería Global*, 12(31), 206-231.
- Malagón-Londoño, G., Morera, R. G., & Laverde, G. P. (2008). *Administración hospitalaria/Hospital Administration*: Ed. Médica Panamericana.
- Munguía, L. R. (2013). Innovación tecnológica, un enfermo más de los hospitales. *Forbes México*. Retrieved from <https://www.forbes.com.mx/innovacion-tecnologica-un-enfermo-mas-de-los-hospitales/#gs.VSoat1A>
- OMS. (2007a). Comunicación durante el traspaso de pacientes. 1(3).



OMS. (2007b). La OMS lanza "Nueve soluciones para la seguridad del paciente" a fin de salvar vidas y evitar daños. Retrieved from <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2007/pr22/es/>

Quecan Rodriguez, M. F. (2016). La diversidad en el rol de enfermería una opinión basada en la experiencia. Universidad de La Sabana.

Rivas-Espinosa, J. G., de Jesús Verde-Flota, E. E., Ramírez-Villegas, R. M., Guerra-Escamilla, L. M., & Ramírez-Espinosa, L. (2015). Cumplimiento de las metas internacionales para la seguridad del paciente. *Revista de Enfermería del Instituto Mexicano del Seguro Social*, 23(3), 135-142.

Rosales, A. M. R., Castro, J. A. P., & España, F. I. R. (2016). Características de la comunicación durante el Enlace de Turno de Enfermería: una perspectiva rumbo a la calidad del cuidado. *Revista CONAMED*, 21(3Sup).

Sexton, A., Chan, C., Elliott, M., Stuart, J., Jayasuriya, R., & Crookes, P. (2004). Nursing handovers: do we really need them? *Journal of nursing management*, 12(1), 37-42.

# Diseño de un sistema de gestión para la innovación, en un hospital privado de Navojoa, Sonora

**Lic. José Leonel López Robles**

Instituto Tecnológico de Sonora.

jose\_leonel08@hotmail.com

**Mtro. Jorge Guadalupe Mendoza Leon.**

Instituto Tecnológico de Sonora.

jorge.mendoza@itson.edu.mx

**Dr. Luis Felipe Rodríguez Torres.**

Instituto Tecnológico de Sonora

luis.rodriguez@itson.edu.mx

**Dr. Luis Carlos Arraut Camargo**

larraut@unitecnologica.edu.co

## Resumen

La innovación es cada vez más importante en las organizaciones para lograr ventaja sobre sus competidores, considerando que es un proceso interactivo, la presente investigación tuvo como objetivo diseñar un sistema de gestión para la innovación para un hospital privado, a partir de detectar prácticas laborales que permitan estructurar un sistema de gestión para la innovación. Se abordó mediante un estudio cualitativo por medio de entrevistas semiestructurada a empleados de la institución. Por medio del análisis de los datos, se originó el modelo propuesto que soportaría la innovación sistemática y sustentable para la empresa. Son necesarias las capacidades de innovación en el personal, que permitirán llevar a cabo de manera adecuada el sistema de gestión para la innovación.

**Palabras claves:** Innovación, Gestión de Innovación, Competitividad.

## Abstract

Innovation is increasingly important in organizations to achieve the advantage over competitors, considering that it is an interactive process, the present research aims to design a management system for innovation for a private hospital, where it is possible to structure a system for innovation. It was approached through a qualitative study through semi-structured interviews and employees of the institution. Through the analysis of the data, the proposed model that supports systematic and sustainable innovation for the company originated. Innovative skills are needed in the staff, which allows the management system for innovation to be adequately carried out.

**Keywords:** Innovation, Innovation Management, Competitiveness.

## Introducción

### Introducción al problema

En la actualidad, la innovación se ha convertido en un factor determinante para la competitividad de las empresas, y en ocasiones, para la subsistencia de las mismas, es un elemento clave para afrontar con éxito estos tiempos cambiantes, es necesario enfatizar la innovación en las empresas que simplemente desean seguir siendo competitivos o lograr obtener ventajas sobre sus competidores (Mathison, Gándara, Primera, & García, 2007). Un ejemplo de una buena gestión de innovación es Alpina una empresa colombiana que ha tenido una visión

clara sobre la innovación, siendo clave para su crecimiento y su ventaja competitiva en el país (Fernández, 2013).

El futuro de la competitividad reside en el manejo de recursos tecnológicos y al ser parte de una economía globalizada, es necesario implementar una dinámica de trabajo en las organizaciones (Corona, 2006). La competitividad en una organización depende de aspectos vinculados al interior de la organización como estrategias, recursos y capacidades de innovación (García, Mareo, Molina, & Quer, 1999). Para que una empresa o institución sea competitiva en la actualidad, tiene que estar constantemente desarrollando innovaciones, ya que de esa manera sus productos obtienen un segmento de mercado y al mismo tiempo pueden conservar la lealtad de sus clientes, están obligados a innovar para sobrevivir en el mercado globalizado.

Por lo tanto, la innovación más allá de ser una estrategia puntual de la empresa, se ha convertido en algo esencial a la misma, pero, para lograrlo se hace necesario que existan elementos que permitan conseguirlo (personas) y un soporte estructural (sistemas). Es necesario crear en la organización una cultura que haga posible crear las innovaciones (Arraut, 2010; Mendoza, 2015). Un sistema de gestión de innovación es un conjunto de elementos que, articulados, facilitan el proceso de innovación al interior de una empresa, no es cuestión de hacer una o dos cosas excepcionalmente, sino tener un desempeño integral (Bermúdez, Coba & Rosa, 2010).

En México y particularmente en el sector hospitalario, la gestión de la innovación es casi nula, los directivos empresariales no han adoptado la cultura innovadora en las organizaciones, y menos, consideran la necesidad de invertir en ello; lo cual, tiene como consecuencia desventajas competitivas con respecto a otros países. Algunos servicios de salud en México, tales como (IMSS e ISSSTE) tienen proyectos de cientos de millones de dólares en sistematización de sus procesos hospitalarios, pero no se ha cubierto ni 15% de dichos proyectos (Rodríguez, 2013).

Uno de los factores que intervienen en estas deficiencias es la falta de gestión de innovación donde las empresas tengan coordinados los esfuerzos, minimicen los riesgos y logren el éxito en la implementación de las innovaciones. Por lo tanto, el sector salud mexicano requiere implementar innovaciones, conformadas en todos los procesos que afecte a la institución de la salud, sin embargo, el gasto público asignado a salud es cada vez menor e insuficiente para dar respuestas a las necesidades actuales (Moreno & Salgado, 2013).

Ante los retos existentes, las organizaciones han realizado hasta lo imposible por llevar una ventaja sobre sus competidores, donde la innovación ha llegado a tomar un auge importante dentro de las mismas. Es tal la importancia de la innovación, que muchas empresas han tratado de sistematizar los esfuerzos para innovar, con el objetivo de establecer procesos que les permitan mejorar el nivel de innovación en todas las áreas de la empresa (Aristeguieta, 2005).

### **Importancia del problema**

Dado que la innovación requiere de un proceso de estructurado y sistemático para ser generada en la organización, se requiere tener un modelo de innovación como referencia. Esta condición se hace necesaria de estudiar en los sistemas de servicios para la salud. De ahí, la importancia de caracterizar dicho modelo y permearlo dentro de la estructura y de las personas que conforman la organización.

Dado lo anterior, se plantea la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los elementos que permitirán estructurar un sistema de gestión de la innovación, en el sector salud privado de Navojoa, Sonora?

Resulta significativo, analizar las actividades de innovación que se realizan actualmente en la organización para

poder tener una referencia y añadirlas dentro del sistema de gestión para la innovación, con el fin de lograr una buena correlación entre los elementos para lograr un eficiente proceso de innovación.

En las instituciones médicas la innovación contribuye a mejores resultados en la prevención de la enfermedad y la calidad de los servicios de la salud. La innovación en asistencia médica como resultado de la colaboración multidisciplinaria de los agentes clave de un modelo de innovación repercute directamente en el beneficio del usuario. Por lo tanto, es importante tener un modelo de innovación en instituciones médicas para buscar la calidad de vida de los pacientes.

El objetivo del estudio es diseñar un sistema de gestión para la innovación, mediante la identificación de actividades de innovación que permitan formarlos, para mejorar la competitividad en un hospital privado de Navojoa, Sonora

### **Metodología**

Para llevar a cabo este estudio, se utilizó la Metodología Fundamentada, que según Strauss & Corbin (2002) “relaciona los datos de manera sistemática y son analizados por medio de un proceso de investigación”. Para la obtención de información “se emplean técnicas de investigación cualitativa como la observación, entrevistas a profundidad, etc.” (Hernández, Herrera, Martínez, Páez, & Páez, 2011). Se realizó un estudio de corte cualitativo en un periodo de cuatro meses, por medio de entrevistas semiestructuradas las cuales tienen seis dimensiones (Conocimiento, liderazgo, proceso de cambio, recurso humano, conocimiento previo hacia la innovación, habilidad y valores) con el objetivo de recolectar la información necesaria para la investigación donde se centra en identificar elementos de innovación que estén llevando a cabo pero no lo identifican como tal, con lo cual se busca estructurar el Sistema de gestión de innovación.

### **Informantes**

El estudio se centra en el sector salud privado por la disposición y facilidades que esta misma ofrece, la organización donde se llevó a cabo la investigación es Clínica Hospital San José de Navojoa, Sonora (CHSJ), para la selección de informantes se pidió que fungieran en distintos departamentos del hospital, dado que se plantea que funcione para todo el hospital y así se podrá reconocer la percepción acerca de la Innovación en todas las áreas del mismo.

### **Procedimiento**

Al término de la obtención de información, se seleccionarán cinco entrevistas por conveniencia, las cuales aportaban más a la investigación para responder el cuestionamiento planteado, para procesar la información se procedió a la transcripción de las entrevistas donde se utilizó la herramienta Word Office y haciendo uso del teléfono celular donde se grabó las entrevistas para recopilar las respuestas de los informantes y proceder a un análisis más detallado de los datos.

Los participantes seleccionados decidieron que la información fuera anónima es por ello que se omiten nombres y puestos. Posteriormente se utilizó una hoja de Excel para colocar pequeños resúmenes separados por palabras que tenían en común o se enfocaban hacia la misma temática, consecutivamente se separó por categorías con el fin de hacer más específicos los elementos que se involucraron en el modelo elaborado.

### **Resultados y discusión**

En la sección de resultados, un resumen de los datos recogidos y el análisis realizado sobre los datos relevantes

para el discurso que ha de seguir. Informar de los datos con el detalle suficiente para justificar sus conclusiones.

Una vez terminado el proceso de análisis de datos, posteriormente se tomaron las categorías para definir las propiedades y dimensiones de la investigación donde se encontraron los elementos que nos apoyará a crear el modelo enfocado a la innovación en CHSJ.

A continuación, se presentan algunos elementos que le darán forma al modelo:

**Tabla 1.** Liderazgo Gerencial.

Categoría	Propiedades	Tipos
Liderazgo Gerencial.	Responsabilidad.	Responsabilidad a la innovación en puestos de trabajo.
	Compromiso.	Apoyo total a la innovación.
	Capaz.	Empresa flexible a los cambios.

**Fuente:** Elaboración propia.

En esta categoría se encontraron resultados muy interesantes, donde los informantes declararon que la empresa tiene un apoyo total a la innovación y la organización se considera como un aliado en el proceso de cambio, realizando acciones que permiten ser una empresa flexible. El liderazgo se encuentra comprometido de ser motores de cambio para desarrollar una cultura innovadora dentro de la organización, considerando este un punto muy importante para la buena gestión de innovación (López & Lavié, 2011).

**Tabla 2.** Recurso Humano.

Categoría	Propiedades	Tipos
Recurso Humano.	Clima laboral.	Excelente compañerismo.
	Interacción entre departamentos.	Todos interactúan entre sí.
	Relaciones humanas.	Trato con todo el personal de organización.

**Fuente:** Elaboración propia.

Otro de los factores importantes para que se dé una buena gestión de innovación es el recurso humano donde se encontraron resultados muy favorables en la institución. En el análisis se encontró que los departamentos tienen muy buena relación entre sí, interactuando en algunos procesos de la compañía y que esto tiene como beneficio que al implementar un proyecto habrá mejor flujo de información. El recurso humano es importante, deben poseer ciertas características para realizar los proyectos y comportamientos para que realicen con eficacia las tareas de trabajo (Flores, 2007).

**Tabla 3.** Conocimiento.

Categoría	Propiedades	Tipos
Gestión del	Crear conocimiento.	1) Capacitaciones constantes y 2) actualizaciones.

conocimiento.	Transferencia de conocimiento.	1) Curso inductivo y 2) guía personal.
	Utilidad de conocimiento.	1) Resoluciones de inconvenientes.

**Fuente:** Elaboración propia.

El conocimiento organizacional forma parte esencial en el modelo porque es uno de los aspectos más importantes para una buena Gestión de Innovación porque ahí se concentra todas las experiencias, aprendizajes y la creación de nuevo conocimiento para la organización que deben ser transferidas a los nuevos empleados para que la empresa sea competitiva (Verde, et al., 2009).

**Tabla 4.** Proceso de cambio.

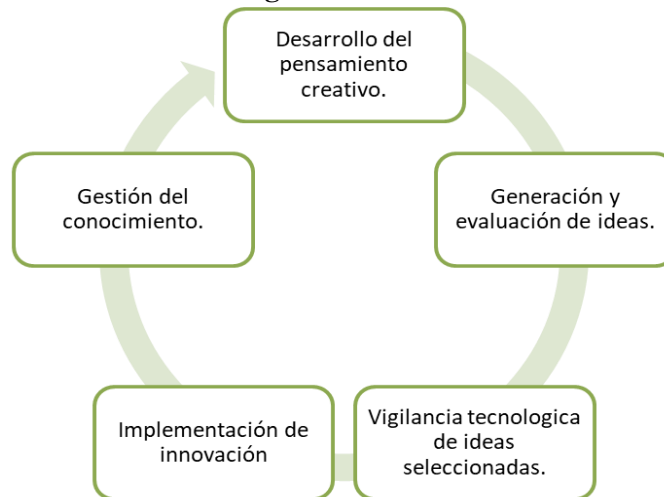
Categoría	Propiedades	Tipos
Proceso de cambio.	Conceptualización.	Conocimiento previo.
	Adaptación.	Flexibilidad laboral.
	Distintas soluciones ante imprevistos	Creatividad ante adversidad.

**Fuente:** Elaboración propia.

Otro de los elementos de gran importancia es la adaptabilidad al cambio y la habilidad para reaccionar ante situaciones imprevistas, donde uno de los factores que intervienen es el pensamiento creativo de cada persona. Este mismo se puede desarrollar en el personal para lograr una rápida y mejor resolución de problemas mediante la creatividad (Garret, 1998).

A partir de estas categorías que surgieron en estas entrevistas, se puede proponer un modelo el cual surge de este análisis, que conlleva aspectos importantes para la gestión de Innovación:

**Figura 5.** Modelo.



**Fuente:** Elaboración propia.

Este modelo diseñado en el presente estudio, contiene algunas categorías que surgieron durante este análisis y algunos elementos que son de importancia para una buena gestión de innovación en una organización.

## Conclusion

En esta investigación se tuvo como objetivo crear un modelo que sirva de soporte para una gestión de Innovación, teniendo como referencia un hospital del sector privado en Navojoa, Sonora.

La ventaja de implantar un sistema de gestión de innovación en su forma simple es sistematizar los esfuerzos para obtener beneficios de las ideas que surgen en el personal, llevarlas a un sistema estructurado para que las ideas tengan más probabilidad de éxito y minimizar los riesgos. Los sistemas de gestión de innovación tienen naturaleza flexible, lo que permite a una empresa adaptar sus necesidades en el sistema de acuerdo a sus procesos o servicios. Otro factor importante como se menciono anteriormente, son las personas que integran la empresa, para que un sistema de gestión de innovación sea exitoso realmente depende de su personal donde “surgen las ideas”, el personal debe estar capacitado, trabajar en un clima organizacional que fomente la creatividad, habilidad para detectar áreas de oportunidad y habilidades laborales para la innovación. La recomendación en este aspecto es involucrar directamente al departamento de recursos humanos, donde su labor en el sistema de gestión de innovación debe ser impecable, eliminar miembros negativos o que no aporten a la organización y la selección de personal con las características necesarias para llevar a cabo las labores para la innovación.

Con la implantación se pretende minimizar los riesgos que puedan llevar al despilfarro de recursos por intentar desarrollar ideas que tal vez no resultan tan buenas o llevarlas a cabo en mal momento para la empresa. Una de las claves es integrar al recurso humano en el proyecto, desde la alta directiva hasta los rangos inferiores, donde se logre incluir la filosofía innovadora en la organización y tengan la destreza de utilizar eficientemente las herramientas de la innovación.

## Agradecimiento

Los autores agradecen el apoyo económico al Instituto Tecnológico de Sonora, quien a través de Fondos del Programa para el Fortalecimiento al profesor Investigador, versión 2017, ha sustentado la presente investigación como parte de las metas e indicadores de desempeño institucional.

## Referencias bibliográficas

- Aristeguieta, A. S. (2005). Un modelo para la innovación en la empresa. In *Anales de la Universidad Metropolitana* (Vol. 5, No. 2, pp. 75-88). Universidad Metropolitana.
- Bermúdez Estrada, A., Coba, L., & Rosa, N. (2010). Propuesta de diseño de un sistema de innovación empresarial para una empresa del sector textil-confección (Bachelor's thesis).
- Campos, E. B. (1998). El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual. *Boletín de estudios económicos*, 53, 207.
- Corona Armenta, J. R. (2006). Implementación de un sistema de innovación tecnológica en una microempresa.
- Fernández González, J. P. (2013). Alpina: Un caso de Innovación para la competitividad. *Revista de Ingeniería*, (38), 78-85.
- Flores, J. G. (2007). La evaluación de competencias laborales (assessment of professional competences). *Educación XX1*, 10, 83.
- García, F., Mareo, B., Molina, J., & Quer, D. (1999). La Capacidad de Innovación como intangible empresarial: una aproximación a través de la gestión del conocimiento. *Espacios*, 20(3)
- Garrett, R. M. (1988). Resolución de problemas y creatividad: implicaciones para el currículo de ciencias. *Enseñanza de las Ciencias*, 6(3), 224-230.
- Hernández, J. G., Herrera, L., Martínez, R., Páez, J. G., & Páez, M. A. (Enero de 2011). Seminario: Generación de Teoría. Caracas, Venezuela.

- López, P., Martín De Castro, G., Navas, J., & Galindo, R. (2007). Dinámicas de Aprendizaje organizativo en empresas de Alta Tecnología. Un estudio comparado entre España y Estados Unidos.
- López Yáñez, J., & Lavié Martínez, J. M. (2011). Liderazgo para sostener procesos de innovación.
- Mathison, L., Gándara, J., Primera, C., & García, L. (2007). Innovación: factor clave para lograr ventajas competitivas. *Revista NEGOTIUM/Ciencias Gerenciales*, 7, 65-83
- Moreno, E. F., & Salgado, P. M. (2013). Innovación organizativa y gestión del conocimiento en hospitales públicos en el Estado de México (2011). *Estudios Gerenciales*, 28(EE), 109-123.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la Investigación Cualitativa*. (E. Zimmermann, Trad.) Antioquia, Antioquia, Colombia: Universidad de Antioquia
- Rodríguez, L. (2013). Innovación tecnológica, un enfermo más de los hospitales. Octubre 06, 2016, de Forbes  
Sitio web: <http://www.forbes.com.mx/innovacion-tecnologica-un-enfermo-mas-de-los-hospitales/#gs.RAYgT9M>
- Verde, M. D., López, J. E. N., de Castro, G. M., & Sáez, P. L. (2008). Propuesta de un modelo teórico sobre el proceso de innovación tecnológica basado en los activos intangibles. *Cuadernos de Estudios empresariales*, (18), 203-228.





# RISE como herramienta tributaria para comerciantes de la Bahía en Guayaquil

**Carlos Bazurto Hidalgo**  
Universidad de Guayaquil  
carlos.bazurtoh@ug.edu.ec

**Carmen Washbrum Duque**  
Universidad de Guayaquil  
jazmin.washbrumd@ug.edu.ec

**Alex Duque Yépez**  
Universidad de Guayaquil  
alex.duqueye@ug.edu.ec

## Resumen

El presente estudio investigativo se establece como un análisis del Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano o también denominado “RISE”, el cual es un procedimiento mediante el cual se permite a un “Sujeto Pasivo” ser parte de forma voluntaria o de oficio, a realizar su actividad económica de forma independiente, pero contribuyendo legalmente con sus tributos al Estado. Debido a que, para efectuar una actividad económica de forma legal, todas las personas deben encontrarse dentro de una forma para declarar adecuadamente sus impuestos, el RISE surge como una alternativa para aquellos individuos que realicen actividades económicas que no superen los sesenta mil dólares al año, según lo establece la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. El presente trabajo investigativo estudia la forma en la que el RISE contribuiría con el desarrollo de las actividades comerciales de los vendedores con negocios informales en el sector de La Bahía en la ciudad de Guayaquil, para que así puedan continuar expendiendo sus productos de una forma organizada y que sea controlada por entes estatales, disminuyendo así la presencia de negocios informales en la zona. Es así, que se estudia el estado actual del sector de La Bahía, para así poder conocer cuáles son los principales problemas por los que atraviesan sus comerciantes, lo que posteriormente servirá para poder definir los aspectos en los que la aplicación del RISE les beneficiaría.

**Palabras claves:** RISE, Negocios, Régimen tributario, Independiente, Actividad Económica.

## Abstract

The present research study is established as an analysis of the Ecuadorian Simplified Tax Regime or also called "RISE", which is a procedure by which a "Passive Subject" is allowed to be part of a voluntary or ex officio form, to carry out its activity Independent, but contributing legally with its taxes to the State. Because, to conduct a legal economic activity, all persons must be within a form to properly declare their taxes, the RISE arises as an alternative for those individuals who carry out economic activities that do not exceed sixty thousand dollars a year, As established by the Organic Law of Internal Tax Regime. The present study studies how the RISE would contribute to the development of the commercial activities of the vendors with informal businesses in the sector of La Bahía in the city of Guayaquil, so that they can continue to sell their products in a way Organized and controlled by state entities, thus reducing the presence of informal businesses in the area. Thus, the current state of the sector of La Bahía is studied, in order to be able to know what are the main problems that are going through its merchants, which will later serve to define the aspects in which the application of RISE would benefit them.

**Keywords:** RISE, Business, Tax regime, Independent, Economic activity.

## **Introducción**

El sector de La Bahía comenzó en los años 60, cuando un grupo de vendedores informales se reunieron desde las calles 10 de agosto hasta la Alberto Reyna, esto debido a que el comercio en Guayaquil se generaba principalmente en los alrededores de estas calles por lo barcos mercantes que llegaban al malecón y los buses interprovinciales que confluían en el parque Chile (Diario El Telégrafo, 2014).

Este sector se ha caracterizado desde sus inicios porque los clientes podían acceder a la compra de un producto sin la necesidad de entregárseles una factura, por lo que el costo de la transacción sólo era conocido por cliente y vendedor, eximiendo al Estado del tributo resultante de este intercambio comercial (Diario El Telégrafo, 2014).

De acuerdo a reportes del Servicio de Rentas Internas (SRI), el sector de La Bahía declara en promedio por año uno 558 millones de dólares, cifra que podría ser mayor si se pudiera cubrir a la totalidad de comercios existentes y más importante aún, generar una cultura tributaria, puesto que los comerciantes aún al encontrarse dentro de los lineamientos básicos que impone el SRI, podrían realizar ventas y no declararlas, lo que genera pérdidas a las arcas estatales (Diario El Telégrafo, 2014).

Es este el problema principal que se genera en este sector tan concurrido, puesto que, al no entregar comprobantes de ventas, el sector se vuelve un campo atractivo para la presencia del contrabando, puesto que se realizan transacciones comerciales que no dejan un rastro que pueda ser seguido y así comprobar la legitimidad del bien expendido.

## **Desarrollo**

El RISE surgió como una forma de simplificar los procesos realizados por las empresas para el pago de sus obligaciones tributarias como el IVA o el impuesto a la renta, valores que se convierten en mensuales para facilitar su desembolso, para así disminuir los índices de evasión tributaria en los pequeños y medianos comerciantes y mejorar la cultura tributaria en el país (Servicio de Rentas Internas, 2015).

El sector de La Bahía se ha caracterizado por su informalidad, debido en gran parte a que sus comerciantes no desean efectuar complicados trámites legales para expender los productos que ya han vendido por años sin necesidad de devengar tributos; debido a que todo ecuatoriano debe alinear sus actividades a la ley que rige en el país, el Gobierno Nacional dispuso la creación del RISE, el cual posee beneficios como la no realización de declaraciones, eliminación de las retenciones de impuestos, se obvia la obligación de llevar contabilidad, se entregan comprobantes de venta simplificados y por cada nuevo empleado que sea afiliado al IESS, el empleador podrá descontar un 5% de su cuota mensual (Servicio de Rentas Internas., 2015).

Es por esto que el RISE se constituye como una medida que genera beneficios tanto para los comerciantes del sector de La Bahía, como para el Estado, ya que permitiría que esta parte del sector económico de la ciudad de Guayaquil se incorpore a los ingresos tributarios que recaba el SRI, aumentando así los réditos económicos para el país y disminuyendo también el atractivo del sector para comercializar bienes de contrabando o falsificados.

Como objetivo de la investigación se trata de analizar de qué manera el RISE contribuye en los comerciantes informales del sector de La Bahía de la ciudad de Guayaquil.

## **El sector de la bahía**

En los años sesenta se inició uno de los sectores más representativos de la ciudad de Guayaquil en cuanto a flujo

comercial, La Bahía de Guayaquil, el cual comprendía unas cuantas cuadras en el sector céntrico de la urbe para la ubicación de vendedores informales que ofertaban distintos tipos de productos, teniendo como característica principal la no emisión de facturas por la transacción comercial realizada (Diario El Telégrafo, 2014).

Durante la alcaldía del Dr. Assad Bucaram se le atribuyó a este sector tres calles más, la Mejía, la General Franco y la Huayna Cápac, fue entonces cuando este sector empezó a expandirse y pasó de únicamente contar con vendedores informales a pequeños locales comerciales que ahora se han vuelto centros comerciales que aglutinan varios locales en su interior (Diario El Telégrafo, 2014).

Actualmente el sector de La Bahía comprende alrededor de 20 manzanas desde el oeste hasta el este de la ciudad de Guayaquil y se aglutina de personas cada día, en especial durante los fines de semana y épocas festivas del año (ANDES, 2013).

En este sector de la ciudad se pueden encontrar artículos muy variados, desde un bolígrafo hasta electrodomésticos como televisores y refrigeradoras, así como prendas de vestir de distintos tipos y uno de los elementos característicos de la zona, las películas y artículos piratas. Los vendedores del sector afrontan varios problemas debido a su situación de informalidad, siendo las dos principales, el control constante de los agentes metropolitanos para retirarles la mercadería en caso de que sean encontrados laborando en zonas regeneradas de la ciudad y las incautaciones y sanciones por parte del SRI si se detecta que realizan sus actividades comerciales sin emitir comprobantes de venta.

La Bahía es blanco constante de incautaciones de productos de origen ilícito, entre los más comunes se encuentran las bebidas alcohólicas, prendas de vestir y zapatos, cigarrillos y celulares; es importante mencionar que la incautación es de carácter provisional hasta que los propietarios de los bienes justifiquen su procedencia, para esto cuentan con 30 días y si pueden hacerlo, entonces se procederá a su devolución (Diario PP el Verdadero, 2012).

### **La evasión fiscal**

Se entiende por evasión fiscal al no pago de una contribución específica, es decir, cometer una violación de la ley que dispone el pago a las entidades estatales pertinentes de los impuestos establecidos por un país (Consultorio Jurídico UNAM, 2015).

La evasión fiscal es uno de los principales problemas que atraviesa la economía de un país, perjudicando a esta en millones de dólares; en la mayor parte de los casos se produce porque las personas o empresas consideran que pagar impuestos es alguna clase de castigo y creen que no deben efectuarlo, pasando por alto que el pago de impuestos es una gran ayuda a la economía de una nación (Consultorio Jurídico UNAM, 2015). Las características de la evasión fiscal son las siguientes:

- Regularmente se asocia a otras prácticas fraudulentas.
- Se presenta junto a otros actos de corrupción
- Genera una disminución o eliminación de un tributo, debido a que hace percibir su ineficacia.
- El ilegal
- Está tipificado en varios países como un delito.

Para que se presente se requiere que la persona que lo realice carezca de valores cívicos en el momento de realizarlo.

## **Régimen impositivo simplificado ecuatoriano (RISE)**

### **Generalidades**

El SRI es el organismo encargado del cobro de los tributos a la interna del país, en lo que respecta a personas y empresas (SRI, 2015); los impuestos que son receptados por este ente son los siguientes:

- Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- Impuesto a la Renta
- Impuesto a los Consumos Especiales (ICE)
- Impuesto sobre los Vehículos Motorizados
- Impuesto a la Salida de Divisas (ISD)
- Impuesto a la Tierras Rurales
- Impuesto a los Activos en el Exterior

El RISE es una nueva modalidad voluntaria a la que se pueden acoger profesionales o pequeñas empresas que deseen realizar los pagos del Impuesto a la Renta y del IVA mediante la cancelación de cuotas mensuales por parte de un sector económico de la población ecuatoriana, para así poder mejorar el estado de la cultura tributaria en el país (Servicio de Rentas Internas, 2015).

Desde agosto del 2008 las personas empezaron a emplear el RISE, mediante la inscripción online y posteriormente finalizando el proceso por medio de las ventanillas del SRI; para poder acceder al RISE se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Ser persona natural.
- No contar con ingresos que superen los \$60,000 por año o en caso de encontrarse en relación de dependencia, su ingreso no debe ser mayor o igual al monto básico para el pago de Impuesto a la Renta por cada año.
- No haber sido agente de retención por al menos los últimos tres años.

Mientras que los beneficios que genera para las personas que lo acogen son las siguientes:

- Sus declaraciones son vía internet por lo que no requiere documentos físicos.
- El tener RISE no permite que le hagan retenciones de impuestos.
- Utilizan las notas de venta, las cuales son mucho más sencillos de llenar, los cuales cuentan con fecha y monto de la venta efectuada.
- No se verá obligado en llevar contabilidad.
- Por cada nuevo trabajador que sea incorporado a la nómina de la empresa y afiliado al seguro social, el empleador podrá solicitar un 5% de descuento en su cuota, teniendo un tope máximo de descuento del 50%.

Los contribuyentes del RISE deben entregar comprobantes de venta simplificados, lo que significa que son notas de venta o tiquetes generados de manera automática por implementos autorizados por el Servicio de Rentas Internas, en los cuales solo debe contar la fecha y el valor de la venta sin incluir el desglose del 12% del IVA (Servicio de Rentas Internas, 2015).

Todos los documentos emitidos sustentarán gastos y costos siempre que sean identificados dentro de estos al consumidor y el detalle del bien o servicio que sea objeto de la transacción comercial. El contribuyente del RISE se encuentra obligado en emitir y entregar comprobantes por todo valor facturado (Servicio de Rentas Internas, 2015).

### **Formas y periodos de pago**

La forma de pago que posee este régimen puede ser elegida entre mensual y anual por medio de los siguientes

métodos:

- Débito automático: Es necesario que se firme un acuerdo para que la entidad bancaria debite de forma mensual la cuota del RISE que sea establecida por el SRI.
- Pago en ventanillas: Se puede pagar personalmente en las cooperativas de ahorro y bancos autorizados por el SRI, acudiendo con la cédula de identidad y especificando si es un pago mensual o anual.

Además, el pago se podrá efectuar por medio de dos modalidades, las cuales son presentadas a continuación:

- Cuota global: Los contribuyentes deben pagar en la fecha establecida la cuota actual y las de los meses posteriores.
- Cuota a la fecha: Los contribuyentes pagarán la cuota mensual y también las cuotas atrasadas más los intereses que se presenten.

En el caso de que el pago sea efectuado mensualmente, los contribuyentes se encontrarán regidos por el siguiente calendario de pagos:

**Tabla 1.** Fechas de pago mensuales del RISE  
FECHAS DE PAGO MENSUALES DEL RISE

Noveno Dígito del RUC	Fecha Máxima de Pago
1	10 de cada mes
2	12 de cada mes
3	14 de cada mes
4	16 de cada mes
5	18 de cada mes
6	20 de cada mes
7	22 de cada mes
8	24 de cada mes
9	26 de cada mes
0	28 de cada mes

Fuente:(SRI, 2015)

## Metodología

En el presente trabajo investigativo se utilizaron tres tipos de métodos de investigación:

**Método Analítico.** El método analítico toma por punto de partida el conocimiento buscado, y retrocede, suponiendo ordenes de dependencia en los que ese conocimiento está incluido, hasta lograr la conexión con cadenas deductivas que son ya conocidas y evidentes. (Caimi, 2003, pág. 39). Es el método que será utilizado en el momento del procesamiento de la información que ha sido recopilada durante la investigación del trabajo, la misma que nos permitirá extraer los elementos fundamentales para fundamentación del trabajo.

**Método Deductivo.** “Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares”. (Bernal, 2006, pág. 56). Este método será utilizado en la elaboración de las conclusiones que nos permitirá determinar los resultados del proceso de investigación y en las recomendaciones para poder proyectarnos al futuro.

**Método Estadístico.** “El método estadístico, dentro del método científico, consiste en una serie de pasos para llegar al verdadero conocimiento estadístico”. (García, Ramos, & Ruiz, 2006, pág. 6). Este método lo utilizamos

al momento de recopilar la información para la elaboración de los resultados con la que podemos realizar la tabulación y elaboración de los cuadros estadísticos.

### Tipo de investigación

En el trabajo de investigación se seleccionaron diferentes tipos de investigación:

**Investigación Documental.** Mediante la investigación documental se recopila la información de las correspondientes variables, con el objetivo de efectuar el debido análisis para diseñarlo en el marco teórico, que son las claves fundamentales para procesar la información.

**Investigación de Campo.** Esta investigación de campo ayuda a averiguar los posibles problemas que existen al implementar el sistema y a evaluar la situación para buscar las mejores alternativas en dar solución a tiempo a los inconvenientes que se puedan presentar.

**Investigación Explicativa.** Por medio de esta investigación se logra interpretar y entender la naturaleza de los resultados que surgirán de las encuestas, para dar un análisis que fundamentará el marco investigativo.

### Técnicas de investigación

Las técnicas permiten la recolección de la información por medio de los instrumentos de investigación, tales como: encuestas, entrevistas, observación entre otros (Ramírez González A., 2010).

Este trabajo de titulación utiliza la entrevista como instrumento de investigación con el objetivo de recolectar la información oportuna para hacer factible este trabajo de titulación. La información recolectada es cuantitativa debido a que se usaron instrumentos de mediación estadísticos para llegar a una conclusión.

**Encuestas.** La encuesta es una de las técnicas de recolección más usadas y se realiza a un determinado grupo de personas con la fundamentación del cuestionario. La encuesta es relevante porque refleja datos trascendentales y además permite observar la reacción que se provoca en el individuo evaluado.

### Población y muestreo

#### Población

Como población y muestra se analizará el número de comerciantes que pertenecen a las asociaciones registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), de tal forma que se puedan realizar tanto encuestas como entrevistas que ayuden en el diagnóstico de la problemática de evasión fiscal. Las asociaciones identificadas son las siguientes:

**Tabla 2.** Identificación de las asociaciones de comerciantes para realizar la encuesta.

Razón social	Representante legal	Dirección	Socios
Asociación de Comerciantes Minoristas 25 de septiembre	Miguel Tomalá	Mejía 202 y Pichincha	170

Asociación de Comerciantes Minoristas Huayna Cápac	Donald Alcívar	General Franco 112 entre Eloy Alfaro y Villamil	186
Asociación de Comerciantes Minoristas 23 de septiembre	Soraya Pardo	Ayacucho entre Huayna Cápac y Chile	165
Asociación de Comerciantes Minoristas La Unión	Marisol Vargas	Malecón 2300 y General Franco	179
<b>TOTAL</b>			<b>700</b>

**Fuente:** Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

### Muestra

Debido a que es una cantidad considerable de miembros de que conforman las asociaciones de comerciantes del sector de La Bahía, se ha procedido a efectuar una fórmula para poblaciones finitas, la cual es detallada a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{((e^2(N - 1)) + (Z^2 * P * Q))}$$

Z= Nivel de confianza (1.96)

e= Margen de error (0.05)

p= Probabilidad de éxito (0.5)

q= Probabilidad de fracaso (0.5)

N= Tamaño de la población

$$n = \frac{1.96^2 * 700 * 0.5 * 0.5}{((0.05^2(700 - 1)) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5))}$$

Luego del reemplazo de términos se obtuvo una muestra de 248 personas en las cuales se desarrollará el correspondiente estudio de campo.

### Resultados

Los resultados obtenidos de un estudio de campo que se llevó a cabo en los comerciantes de la Bahía, con la finalidad de identificar su situación actual respecto el manejo de su negocio, en cuanto a temas tributarios, evaluar su grado de conocimiento y aceptación que tendrían de formar parte de una propuesta de capacitación para el uso del RISE como una alternativa de control que les permita formalizar su negocio y evitar sanciones por parte de los entes reguladores.

El RISE es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

Se pueden incorporar al Régimen Simplificado a partir del 1 de agosto de 2008. La inscripción puede hacerse en cualquier oficina del SRI a nivel nacional o a través de brigadas móviles, adicionalmente se dispone del servicio de preinscripción vía Internet, luego deberá acercarse a una ventanilla exclusiva para culminar el proceso de inscripción al RISE, de esta manera disminuirá el tiempo de espera.

### Conclusión

El régimen impositivo simplificado ecuatoriano es uno de los dos sistemas creados con el fin de regularizar las actividades de las diversas actividades comerciales que se realizan dentro del país. Con el fin de mejorar la interacción entre los mismos y el Estado para que puedan contribuir de forma eficiente con sus obligaciones tributarias.



Uno de los principales lugares en los cuales se concentra el control tributario es el sector conocido como “La Bahía” de la ciudad de Guayaquil, la cual es considerado como uno de los mayores centros del comercio debido a su gran afluencia de visitantes, variedad de mercadería y localización estratégica en el centro de la urbe.

Una vez realizado el estudio de campo con el afán de conocer la percepción de la población objetivo, se determinó la necesidad de crear un plan de capacitación con el fin de fomentar el conocimiento de los comerciantes sobre el manejo del RISE.

El plan estratégico desarrolla se basa en las capacitaciones de los comerciantes sobre temas de su interés, contribuyendo a mejorar sus niveles de gestión administrativa, no solo para que cumplan con sus contribuciones tributarias, sino para que aumenten su rentabilidad mediante objetivos específicos vinculados al desarrollo de sus capacidades financieras.

### **Referencia Bibliográfica**

Bernal, C. (2006). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.

Caimi, M. (2003). DISCURSO DEL MÉTODO: Volúmen 39 of (Clásicos del pensamiento) Colihue Clásica. Argentina: Ediciones Colihue SRL.

García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). ESTADÍSTICA EMPRESARIAL. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.

Ramírez González A. (2010). Metodología de la Investigación Científica.

Servicio de Rentas Internas. (2015). Régimen Impositivo Simplificado. Obtenido de . Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/230>

SRI. (2015). INFORMACIÓN SOBRE IMPUESTOS. Obtenido de . Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/informacion-sobre-impuestos>

# Análisis de la Evolución de los Ingresos Tributarios en el Ecuador periodo 2008-2016

**Margot Lalangui Balcázar**  
Universidad Técnica de Machala  
mlalangui@utmachala.edu.ec

**Rosana Eras Agila**  
Universidad Técnica de Machala  
reras@utmachala.edu.ec

## Resumen

El Ecuador para el presupuesto general del estado considera al petróleo como fuente principal de ingresos por sus precios altos representados en los periodos 2008 hasta el 2011, que en lo posterior tiene una baja en los precios, más los cambios legales tributarios impuesto por el régimen para tener ingresos permanentes. Se realiza el Análisis de la Evolución de los Ingresos Tributarios comprendidos en el periodo 2008-2016 en el Ecuador, mismo que es fuente estatal para cubrir los gastos permanentes, de ahí su importancia de este estudio. Es producto de la recopilación de datos de las distintas entidades gubernamentales que tienen a su servicio las estadísticas nacionales, se revisó de forma exploratoria los documentos existentes, estableciendo que los principales tributos que aportan son: Impuesto a la Renta, Impuesto al Valor Agregado, Impuesto a los Consumos Especiales y Salidas de Divisas que actualmente representan en un 74 % del 2016 del total de los tributos brutos recaudados, por otro lado desde los ingresos permanentes representan aproximadamente el 61% mismos que son las primeras fuentes de ingresos desplazando los rubros petroleros. Considerando que para la sostenibilidad del gasto permanente del Estado Ecuatoriano son necesarios los rubros tributarios y la eficiencia en su recaudación.

**Palabras claves:** Tributos, Impuestos, Producto Interno Bruto, Evolución, Ecuador.

## Introducción

Los ingresos de un país representan ejecución de obra pública buscando el bienestar de la colectividad, por lo tanto deben buscar que estos no disminuyan, de ahí que existen los ingresos derivados del petróleo y los no petroleros que se clasifican en tributarios y no tributarios, es por ello que los distintos gobiernos del Ecuador han emprendido una serie de reformas tributarias para disminuir la dependencia de ingresos que se derive de la venta del barril del petróleo siendo en el gobierno del Econ. Rafael Correa que inicia las reformas tributarias en la que se basa en el establecimiento de impuestos directos y progresivos, de tal manera que las personas de mayor renta paguen más impuesto.

El sistema tributario en el Ecuador tiene un rol predominante en los ingresos del estado, la administración tributaria a través del Servicio de Rentas Internas, demuestra su accionar en los resultados recaudados durante los periodos 2008 al 2016, como resultado de la aplicación del principio sobre la suficiencia recaudatoria de los tributos. Se debe considerar que en base a la eficiencia recaudatoria el estado puede disponer de los ingresos para elaborar el presupuesto anual. (Galarza, 2012)

En la etapa 2007-2011 la economía del Ecuador ha atravesado una fase caracterizada por altos precios del petróleo, pero a partir de 2014 en adelante enfrenta a una fuerte caída de su valor desde inicios de enero del 2014 en \$ 91,4 llegando a diciembre del mismo año a \$53,55 el precio por barril, teniendo un año difícil para el

2015 puesto que el presupuesto General del Estado se basó con un precio referencial de \$79.7, pero para el 2016 existe una leve recuperación. Es por ello que ante la bonanza inicial y su déficit existente en los últimos años del periodo de análisis es necesario saber la evolución de los ingresos como consecuencia de esta realidad económica.

Con estos altos precios en el periodo de 2008 ha permitido al Gobierno contar con recursos para financiar el presupuesto del Estado, se ejecuta una reforma tributaria que tiene la finalidad de redistribuir los ingresos, que le han permitido mejorar la recaudación tributaria, a esto se suma la implementación de una serie de reformas económicas que han priorizado la economía interna por sobre el pago de la deuda externa, por lo que el objetivo es analizar la Evolución de los Ingresos Tributarios desde el año 2008 hasta el 2016, siendo hoy los rubros de mayor importancia al momento de planificar en el sector público con la observación que existe un tiempo de bonanza petrolera pero que en la actualidad es el tiempo más difícil para el Ecuador con respecto a los ingresos producto del petróleo.

### **Metodología**

Los ingresos son los rubros más importante en el presupuesto de un gobierno, para atender necesidades de su población, por lo que para analizar la evolución de estos ingresos tributarios será de forma cuantitativa, describiendo los componentes esenciales de los ingresos públicos que lo conforman, iniciando con la revisión bibliográfica de documentos de organismos estatales el Ministerio de Finanzas y la entidad recaudadora del país Servicio de Rentas Internas, tomadas desde sus estadísticas e información disponible al público.

### **Resultados y Discusión**

El Gobierno Ecuatoriano para ejecutar los programas de inversión acude a los recursos financieros fiscales, por lo que se genera empleo y aumenta no solo la participación de la empresa pública sino también de la empresa privada incrementando la producción y por ende la contribución tributaria. (FINANZAS, 2014)

La reforma tributario busca consolidar los objetivos generales de la política económica con el crecimiento económico de una forma equitativa, la que propone una economía fuertemente regulada por el Estado, el mismo que creará infraestructura productiva, genera empleo, redistribución del ingreso y disminución de la pobreza en el país. Las reformas inician desde el año 2008 con la aplicación de la llamada Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria que busca fortalecer el sistema tributario actual, reduciendo la evasión y elusión fiscal, controlando y siendo eficiente en la recaudación tributaria.

El Código Tributario en el Ecuador, establece los preceptos que regulan las relaciones jurídicas de los tributos entre los sujetos Activos y los contribuyentes (sujeto Pasivo), entendiéndose como tributos: los impuestos, tasas contribuciones especiales y mejoras, mismos que se regirá por los principios de: Legalidad, Generalidad, Igualdad, Proporcionalidad e Irretroactividad.

La finalidad de los Tributos además de ingresos públicos, servirán como instrumento de política económica general, estimulando la inversión, la reinversión, el ahorro y su destino hacia los fines productivos y de desarrollo nacional. Porque la administración Tributaria tiene la responsabilidad sobre la determinación y recaudación de los tributos; y, la resolución de las reclamaciones, siendo sus principios aplicados en su accionar de simplificación, celeridad y eficacia. En cuanto al principio de Eficacia hacia el contribuyente mediante la recaudación tributaria será por notificación personal, medio electrónico, prensa, casilla judicial entre otras.

## Modelo de cumplimiento tributaria



**Figura 1.** Fuente OECD- Servicio de Rentas Internas

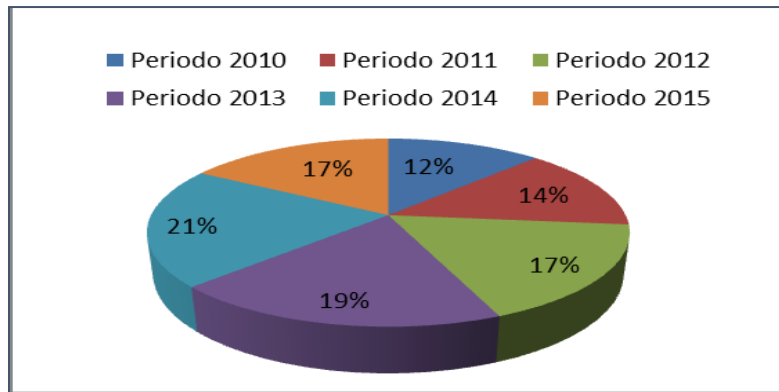
El estado ecuatoriano para ejecutar los programas de inversión acude a los recursos financieros fiscales, por lo que se genera empleo y aumenta no solo la participación de la empresa pública sino también de la empresa privada incrementando la producción y por ende la contribución tributaria. (FINANZAS, 2014)

Los ingresos tributarios se clasifican en Permanentes y No permanentes, entendiéndose como permanentes aquellos que se mantienen en un periodo de tiempo, siendo aquellos que el Estado recibe de manera continua, son predecibles como los son el Impuesto a la Renta, el Impuesto al Valor Agregado, Impuesto a los Consumos Especiales, Impuesto a la salida de Divisas, Impuesto al Régimen Simplificado, entre otros. Mientras que los no permanentes son aquellos que se reciben de manera temporal, por una situación específica, excepcional o extraordinaria como por ejemplo Ingresos Petroleros, Venta de Activos del Estado.

Por tal razón como resultado de la aplicación del principio de eficiencia recaudadora desarrollado por la administración tributaria realizamos el análisis de la evolución de los ingresos tributarios en el periodo 2008-2016; más los cambios legales en impuestos en este periodo incluyendo lo que actualmente se encuentra en vigencia y que fue generado en el año 2015 como es, la Ley de Remisión y Fraude Fiscal, siendo que los ingresos permanentes desde el año 2010 se obtiene un valor de \$ 13.856 millones de dólares frente al periodo 2015 que alcanza un valor de \$ 18.541 millones de dólares, siendo para el periodo 2016 en el informe de Ministerio de Finanzas una estimación de ingresos permanentes de \$ 22.059 millones de dólares, existiendo un incremento de ingresos, pero en el periodo 2015 sufre un decremento (FINANZAS, RENDICION DE CUENTAS , 2016.

La inestabilidad económica del país se debe a los bajos precios del petróleo y la apreciación del dólar que le impide tener una política para contrarrestar efectos monetarios como las devaluaciones de los vecinos Colombia y Perú, lo mismo que hace efecto en los consumos de los hogares y la recaudación tributaria. Para el Ecuador los ingresos permanentes servirán para financiar los egresos permanentes como lo establece el artículo 286 de la Constitución de la República del Ecuador. (CONSTITUYENTE, 2015 Ultima Modificación)

**Tabla 1:** Ingresos Permanentes



(Millones de dólares)

**Figura 2.** Fuente Ministerio de Finanzas

Periodos	Ingresos permanentes
Periodo 2010	13856
Periodo 2011	15870
Periodo 2012	19072
Periodo 2013	21457
Periodo 2014	22982
Periodo 2015	18541
Periodo 2016	22059 *

**Fuente:** Ministerio de Finanzas

\* Estimado- Informe Ministerio de Finanzas 2016

En la observación de la figura 2, se considera la evolución que ha tenido los ingresos permanentes desde el periodo 2010 hasta el 2015 sin tomar en cuenta el valor aproximado 2016, los mismos que el año 2014 representa el 21% del total su aporte pero para el año 2015 baja al 17% es decir existe un decremento del 4% aproximadamente, por lo tanto en el país tuvo déficit en este periodo lo que significa que no pudo cumplir con compromisos del gasto público específicamente en inversiones públicas.

Los ingresos permanentes pueden ser tributarias y no tributarios, conociendo que los tributarios tiene que ver directamente con los impuestos, tasas y contribuciones. Por lo que observamos en la siguiente tabla las recaudaciones netas que tiene el país desde el año 2008 hasta el 2016, el término neto es por la necesidad de conocer lo recaudado restando el beneficio que tienen los contribuyentes como lo es la devolución de determinados impuestos lo más utilizado el del Impuesto a la Renta y del IVA.

La tabla 2 Total de tributos netos recaudados periodo 2008-2013 se encuentra redactada sus valores en dólares americanos, presentación tomada desde los informes de la entidad recaudadora Servicio de Rentas Internas (S.R.I), la misma que se observa como algunos impuestos directos e indirectos tienen su inicio e incremento en el tiempo. Para la tabla 3 Total de tributos netos recaudados periodo 20014-2016 se muestra en miles de dólares por su presentación en el informe de la entidad que es el sujeto activo de estos tributos, los mismos que en su presentación gráfica se encuentra en miles de dólares, para su comprensión y en su posterior se determina cuánto

es el aporte de los impuestos directos e indirectos de mayor relevancia en nuestro país.

**Tabla 2:** Total de tributos netos recaudados periodo 2008-2013 (dólares)

NOMBRE DE TRIBUTOS	DÓLARES					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Impuesto a la Renta Recaudado	2.369.246.841	2.551.744.962	2.428.047.201	3.112.112.999	3.391.236.893	3.933.235.713
Impuesto Ingresos Extraordinarios <sup>(1)</sup>			560.608.264	28.485.253		
Impuesto Ambiental a la contaminación Vehicular					95.770.183	114.809.214
Impuesto a los Vehículos Motorizados	95.316.262	118.096.579	155.628.030	174.452.191	192.787.959	213.989.208
Salida de Divisas*	31.408.605	188.287.257	371.314.941	491.417.135	1.159.590.491	1.224.592.039
Activos en el exterior*		30.398.991	35.385.180	33.675.763	33.259.337	47.925.836
RISE	396.255	3.666.791	5.744.895	9.524.212	12.217.796	15.197.422
Regalías y patentes de conservación minera			12.513.117	14.896.622	64.037.099	28.699.942
Tierras Rurales			2.766.438	8.913.344	6.188.498	5.936.605
Impuesto al Valor Agregado	3.470.518.637	3.431.010.324	4.174.880.124	4.957.904.687	5.498.239.868	6.186.299.030
Impuesto a los Consumos Especiales	473.903.014	448.130.291	530.241.043	617.870.641	684.502.831	743.626.301
Impuesto Redimible botellas plasticas NR					14.867.920	16.375.218
Intereses por Mora Tributaria	20.402.660	35.864.426	39.281.608	58.776.592	47.143.215	159.401.473
Multas Tributarias Fiscales	32.191.835	34.920.322	38.971.467	49.533.117	59.707.938	62.684.171
contribución para la atención integral del cáncer						
Otros Ingresos	15.139.780	7.668.530	1.820.916	3.458.234	4.344.129	4.949.999
<b>TOTAL EFECTIVO INCLUYE DEVOLUCIONES</b>	<b>6.508.523.889</b>	<b>6.849.788.472</b>	<b>8.357.203.224</b>	<b>9.561.020.790</b>	<b>11.263.894.157</b>	<b>12.757.722.174</b>
.+ EXTERNO						
.+ CONTRIBUCIÓN SOLIDARIA						
<b>(-) DEVOLUCIONES</b>	<b>314.012.825</b>	<b>156.534.898</b>	<b>492.535.321</b>	<b>839.820.494</b>	<b>173.237.648</b>	<b>244.242.336</b>
<b>(-) NOTAS DE CRÉDITO Y COMPENSACIONES</b>						
<b>TOTAL NETO RECAUDADO</b>	<b>6.194.511.064</b>	<b>6.693.253.574</b>	<b>7.864.667.903</b>	<b>8.721.200.296</b>	<b>11.090.656.509</b>	<b>12.513.479.838</b>
<small>* VALORES MÍNIMOS INGRESADOS PARA CUADRE DATOS BCE</small>						

Fuente: Servicio de Rentas Internas (Rendición de cuentas desde el año 2008 hasta el 2016)

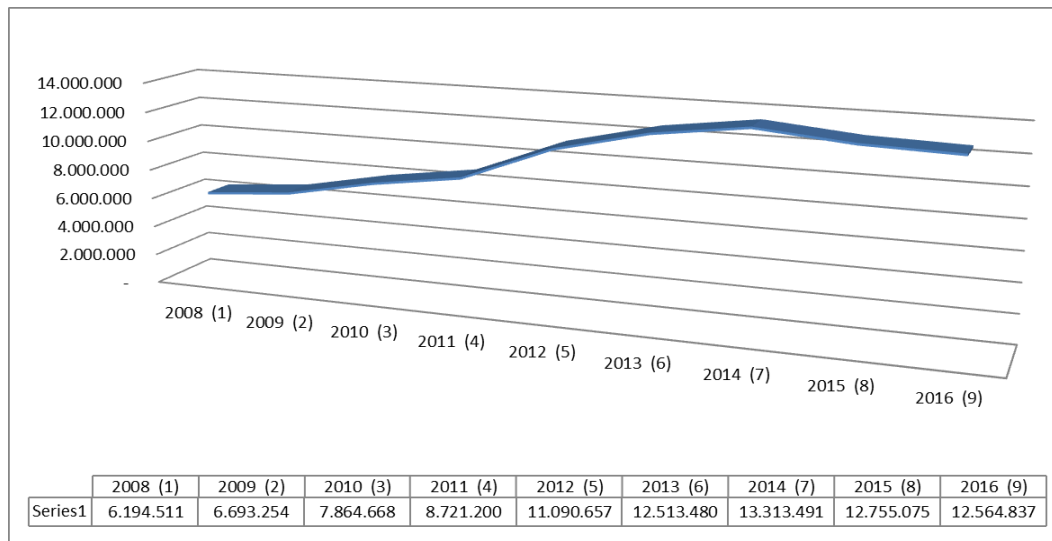
**Tabla 3:** Total de tributos netos recaudados periodo 2014-2016 (miles de dólares)

NOMBRE DE TRIBUTOS	MILES DE DÓLARES		
	2014	2015	2016
Impuesto a la Renta Recaudado	4.273.914	4.295.725	3.946.284
Impuesto Ingresos Extraordinarios <sup>(1)</sup>			
Impuesto Ambiental a la contaminación Vehicular	115.299	102.141	112.025
Impuesto a los Vehículos Motorizados	228.435	206.665	194.675
Salida de Divisas*	1.259.690	1.163.819	964.659
Activos en el exterior*	43.652	46.506	46.910
RISE	19.564	18.099	18.783
Regalías y patentes de conservación minera	58.252	28.658	50.210
Tierras Rurales	10.307	6.611	7.853
Impuesto al Valor Agregado	4.512.571	4.816.667	4.374.850
Impuesto a los Consumos Especiales	615.357	636.272	674.265
Impuesto Redimible botellas plasticas NR	22.238	21.829	28.244
Intereses por Mora Tributaria	141.554	41.999	135.666
Multas Tributarias Fiscales	69.090	38.907	50.181
contribución para la atención integral del cáncer	16.934	81.301	90.259
Otros Ingresos	7.075	6.039	78.554
<b>TOTAL EFECTIVO INCLUYE DEVOLUCIONES</b>	<b>11.393.933</b>	<b>11.511.234</b>	<b>10.773.419</b>
.+ EXTERNO	2.222.884	1.860.388	1.453.361
.+ CONTRIBUCIÓN SOLIDARIA			1.160.747
<b>(-) DEVOLUCIONES</b>	<b>303.326</b>	<b>256.952</b>	<b>97.828</b>
<b>(-) NOTAS DE CRÉDITO Y COMPENSACIONES</b>		<b>359.595</b>	<b>724.863</b>
<b>TOTAL NETO RECAUDADO</b>	<b>13.313.491</b>	<b>12.755.075</b>	<b>12.564.837</b>
<small>* VALORES MÍNIMOS INGRESADOS PARA CUADRE DATOS BCE</small>			

Fuente: Servicio de Rentas Internas (Rendición de cuentas desde el año 2008 hasta el 2016)

Los ingresos tributarios netos para el año 2008 no se contaba con las reformas vigente de hoy, obteniendo una recaudación de 6.194 millones dólares aproximadamente, como se observa en el tabla y gráfico existe un leve

crecimiento hasta el 2011 de un crecimiento aproximado de un 40% acumulado, sin embargo con la aplicación de las nuevas reformas tales como regalías del sector minero, el impuesto ambiental, impuesto redimibles a las botellas plásticas y la eficiencia recaudadora en la administración tributaria, lleva al año 2014 su máximo rango de recaudación de 13.313 millones de dólares aproximadamente siendo un crecimiento acumulado tomando como base el año 2008 del 115% , pero cabe indicar que existe un decrecimiento para el año 2016 del 5.6% tomando como base al año 2014.

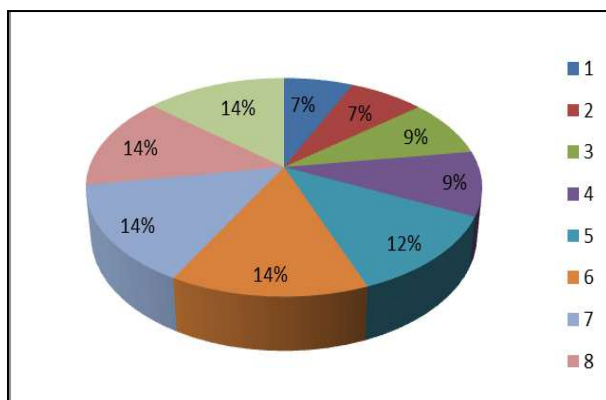


**Figura 3:** Recaudación de tributos netos periodo 2008-2016 (miles de dólares), Fuente: Informe de rendición de cuentas del Servicio de Rentas Internas.

La Recaudación de tributos netos del periodo 2008-2016, se observa una curva ascendente desde el periodo 2008 hasta llegar su pico máximo en el periodo 2014, siendo para los periodos 2015 hasta el 2016 un decrecimiento llegando a una recaudación neta de 12.564 millones de dólares aproximadamente.

**Tabla 4:** Total porcentajes de los tributos netos recaudados

AÑOS	TOTAL NETO RECAUDADO MILES DE DOLARES	PORCENTAJE %
2008 (1)	6.194.511	7
<b>2009 (2)</b>	6.693.254	7
2010 (3)	7.864.668	9
2011 (4)	8.721.200	10
2012 (5)	11.090.657	12
2013 (6)	12.513.480	14
2014 (7)	13.313.491	15
2015 (8)	12.755.075	14
2016 (9)	12.564.837	14
<b>TOTAL</b>	<b>91.711.171</b>	<b>100</b>



Periodo 2008-2013 y 2014-2016 (miles de dólares)

**Figura 4.-** Recaudación de tributos netos periodos

**Fuente:** SRI (Servicios de Rentas Internas) en porcentajes 2008-2016. **Fuente:** SRI.

La recaudación neta total comprendido en los años 2008 hasta 2016 es de 91.711 millones de dólares aproximadamente producto de los tributos netos, de los cuales podemos decir que el año 2014 es el que aporta a este total con un porcentaje del 15% siendo de 13.313 millones de dólares netos es decir restando las devoluciones, que ingresan a las arcas del estado ecuatoriano.

En la tabla 5 Recaudación bruta de impuestos más relevantes del Ecuador del periodo 2008-2016, se encuentra en miles de dólares, se observa que en valor bruto recaudado es de 6.508 millones de dólares para el año 2008 que contrastando con lo recaudado en el mismo periodo de estos impuesto directos ( Impuesto a la renta y Salida de divisas) e indirectos ( el Impuesto al valor agregado y el impuesto a los consumos especiales) más importantes es de 6.346 millones de dólares, los mismos que representan el 97% del aporte en el mismo año , a pesar de existir una alta devolución de impuesto realizada de 314 millones (tabla 2); y, para el año 2016 tenemos que la recaudación bruta es de 13.387 millones de dólares ( incluye lo recaudado externamente y contribución solidaria producto del terremoto de abril 2016), siendo una recaudación de los impuestos más relevantes de 9.960 millones de dólares de los cuales representan el 74% de su aporte en este año al total

Por lo que en estos periodos los otros tributos forman parte de un 26% del total recaudado, estos son: el impuesto ambiental a la contaminación de los vehículos y el impuesto a los vehículos motorizados, de igual forma por las multas e intereses que la misma Ley de Régimen Tributario Interno permite a la entidad recaudadora determinar y cobrar al sujeto pasivo (contribuyente).

**Tabla 5:** Recaudación bruta de los impuestos más relevantes del Ecuador en el periodo 2008-2016. (Miles de dólares)

TOTAL BRUTO RECAUDADO CON DEVOLUCIONES	6.508.524	6.849.788	8.357.203	9.561.021	11.263.894	12.757.722	13.616.817	13.371.622	13.387.527
	97%	97%	90%	96%	95%	95%	78%	81%	74%
IMPUESTOS DE MAYOR RECAUDACIÓN	2008 (1)	2009 (2)	2010 (3)	2011 (4)	2012 (5)	2013 (6)	2014 (7)	2015 (8)	2016 (9)
IMPUESTO A LA RENTA	2.369.247	2.551.745	2.428.047	3.112.113	3.391.237	3.933.236	4.273.914	4.295.725	3.946.284
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	3.470.519	3.431.010	4.174.880	4.957.905	5.498.240	6.186.299	4.512.571	4.816.667	4.374.850
IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES	473.903	448.130	530.241	617.871	684.503	743.626	615.357	636.272	674.265
SALIDA A DIVISAS	31.409	188.287	371.315	491.417	1.159.590	1.224.592	1.259.690	1.163.819	964.659
TOTAL BRUTO RECAUDADO IMPUESTO MAYOR RECAUDACIÓN	6.345.077	6.619.173	7.504.483	9.179.305	10.733.570	12.087.753	10.661.532	10.912.483	9.960.058

**Fuente:** Informe de rendición de cuentas del Servicio de Rentas Internas.(2008-2016)



Los ingresos tributarios más relevantes dentro del periodo 2008-2016 son el Impuesto a la Renta que es el segundo rubro de mayor recaudación, llegando a ser en promedio de 3.366 millones de dólares exponiendo que inicia en el año 2008 con una recaudación bruta de 2.369 millones de dólares y termina en el periodo 2016 de 3.946 millones de dólares, si observamos el cuadro existe un incremento entre los años 2014-2015 producto de la dinámica existente en ciertas actividades que crecieron como es el sector camaronero.

En cuanto al IVA (Impuesto al Valor Agregado) es el primer rubro de recaudación en este periodo siendo su valor promedio aproximado de 4.602 millones de dólares, siendo para el año 2008 una recaudación del 3.470 millones de dólares y para el año 2016 llega a tener una recaudación bruta de 4.374 millones de dólares, existiendo de igual forma un incremento en su recaudación en los años 2012-2013 por la bonanza petrolera y la estabilidad económica que en ese entonces el país tenía. Ello no quiere desmerecer el impacto positivo que los otros impuestos han tenido en la recaudación como los son el ICE (Impuesto a los consumos especiales) y la Salida a divisas.

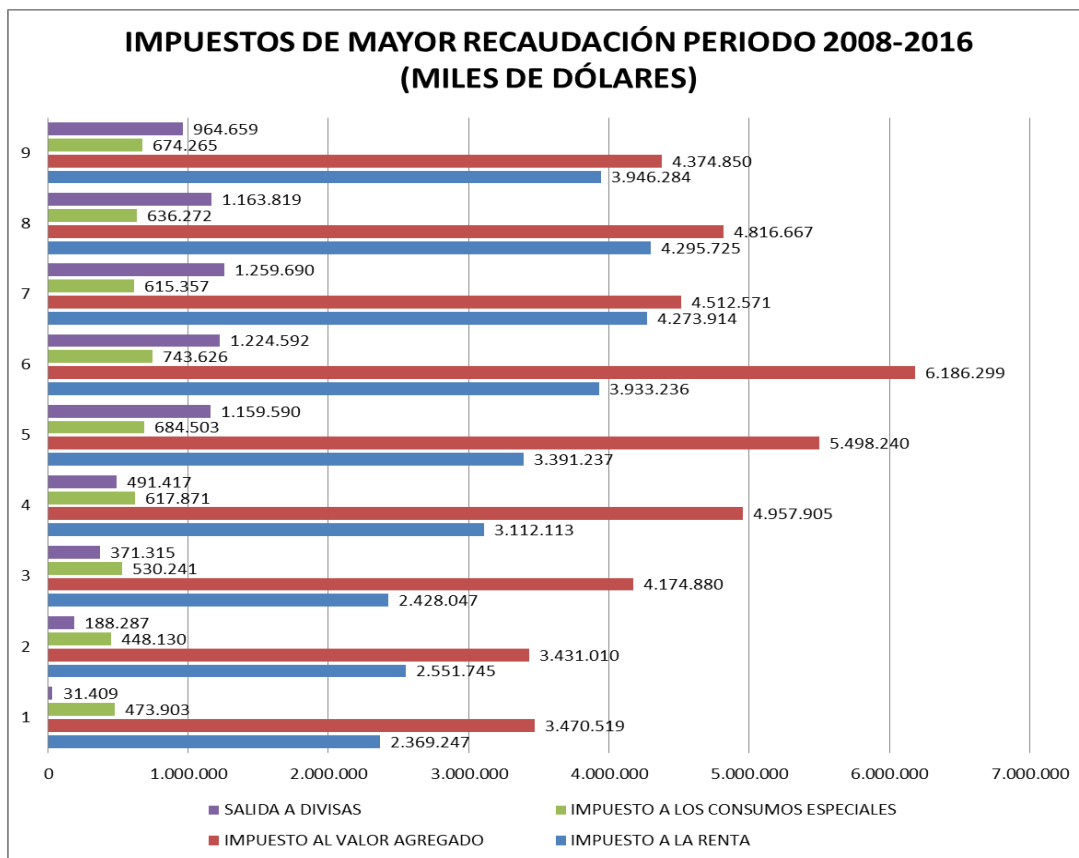


Figura 5. Impuestos de mayor recaudación del periodo 2008-2016 del Ecuador (miles de dólares), fuente del SRI

En el presente gráfico podemos observar como los impuestos directos e indirectos más relevantes de los ingresos tributarios han sufrido su evolución en el periodo 2008 hasta el 2016, los mismo han sido de forma ascendente hasta el año 2013 el IVA e Impuesto a la Renta, de igual forma destacamos que existe un decremento para los periodos 2014, asciende en el año 2015 estabilizando la recaudación para volver a decrecer en el año 2016; más los impuestos ICE y Salidas a Divisas dentro de este periodo tienen un crecimiento ascendente y casi estable en su recaudación.

Diremos que los ingresos son la parte fundamental en el cumplimiento de los compromisos adquiridos como gobierno y por lo cual le permite cubrir sus gastos públicos, la misma que haciendo referencia a ello se considera al período 2007 – 2011 el incremento al gasto público de un nivel de 8.627 millones de dólares en el 2007 a 19.461 millones de dólares en el 2011 asciende a un 125%, sobre estas expectativas se proyecta hasta el 2016 un presupuesto de 29.835 millones aproximadamente. (Universo, 2015)

Nuestro país busca su desarrollo, dejar de ocupar puestos a nivel mundial de subdesarrollo o en vías de desarrollo como ser competitivo y es por ello que siempre las políticas internas como externas están en miras de que sea reconocido su crecimiento a nivel mundial; Es así, que en el artículo de Uzcátegui, Pérez, Solano (2017), que referencian a la Revista Lideres 2016 mencionan que para la calificación que obtiene el Ecuador en la competitividad tanto general y sectorial, se encuentra dado en parte a este puntaje como cuatro subíndices: a) eficiencia del mercado de bienes, b) preparación tecnológica, c) educación superior y entrenamientos y d) sofisticación de los negocios. Con ello diremos que con estos ingresos permanentes especialmente tributarios cubre una parte importante de los gastos corriente, el mismo uno de los rubros lo constituye la Educación en todos sus niveles, cumpliendo la política estatal establecida en este periodo. (Uzcátegui, Pérez, & Solano, 2017)

### **Conclusión**

Los ingresos públicos en el Ecuador provienen básicamente del petróleo y los impuestos. Los ingresos petroleros aumentan de 1.764 millones de dólares a 6.682 millones en el 2011, el aumento está muy relacionado con el aumento de los precios del petróleo. Por su parte, los ingresos tributarios netos de 6.194 millones que eran en el año 2008, pasa a 8.721 millones de dólares en el 2011 y para el año 2016 de 12.564 millones de dólares descontando las devoluciones realizadas en el periodo.

Con la aplicación de las reformas tributarias los valores brutos recaudados en sus impuestos más relevantes dentro del año inicial 2008 hasta el año final 2016, tenemos: el impuesto a la renta pasa de 2.369 millones de dólares a 3.946 millones en el año 2016. En el caso del IVA, de 3.470 millones de dólares en el 2008 alcanza 4.374 millones de dólares para el último año de estudio. En relación al ICE de 473 millones aumentó a 674 millones de dólares en el período de referencia. Para mantener el recaudo de los tributos es necesario considerar la importancia del sector económico en razón de que al aplicarse una reforma tributaria dicho sector puede verse afectado en sus intereses, por ello es importante revisar la estructura tributaria y el recaudo a nivel del país. (Victor, 2012), aunque la administración tributaria ecuatoriana busca ser eficiente en su recaudación por lo que su política tributaria se encamina a cumplir con el principio de suficiencia recaudadora.

De la evolución diremos que la economía en el Ecuador en el año 2014 refleja un crecimiento de 4 veces al promedio de América Latina, esto ha ocurrido pese a la caída del precio del petróleo más que el país no tiene moneda nacional, siendo 3,8%, una buena tasa de crecimiento; observando el efecto en la recaudación de tributos netos en ese año de 13.313 millones de dólares, producto de aquellos sectores no petroleros siendo los que más crecieron fueron: agricultura y camarón 14%; electricidad y agua 9%; petróleo y minas 8%; servicios 7,7%; alojamiento y comida 6%; construcción 5,5%; transporte 4,6%; comercio 4,6%; administración pública 4,2%; manufactura 3,9%, este crecimiento económico es una tendencia que se viene manteniendo (Telégrafo, 2015).

### **Referencias bibliográficas**

CONSTITUYENTE, A. N. (21 de 12 de 2015 Última Modificación). CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. Quito.

FINANZAS, M. D. (2014). INFORME RENDICION DE CUENTAS PARTE TECNICA. Quito.

FINANZAS, M. D. (2016). RENDICION DE CUENTAS . QUITO.

Galarza, C. M. (2012). El régimen tributario ecuatoriano ecuatoriano. Una aproximación desde la capacidad contribución y la suficiencia recaudadora en la tributación interna. Foro, 1.

Telégrafo, E. (28 de Marzo de 2015). Economía de Ecuador creció 3,8% en 2014. El Telégrafo.

Universo, E. (04 de 01 de 2015). EL Universo.com. Obtenido de El Universo.com:  
<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/04/nota/4396261/petroleo-cae-complica-economia-este-2015>

Uzcategui, C., Pérez, M., & Solano, J. (08-22 de Febrero de 2017). Competitividad en Ecuador: Análisis general y sectorial. II CONGRESO ONLINE SOBRE DESAFÍOS DE LAS EMPRESAS DEL SIGLO XXI, 160-161.

Victor, C. R. (2012). UNA REVISIÓN DE LOS DETERMINANTES DE LA ESTRUCTURA Y EL RECAUDO TRIBUTARIO:EL CASO LATINOAMERICANO TRAS LA CRISIS DE LA DEUDA EXTERNA. Cuadernos de la Economía, 79.

# Análisis de los impuestos en la regional El Oro y su impacto en la recaudación fiscal del Ecuador, durante el periodo 2014 al 2016

**Marcia Esther Jarrín Salcán**  
mjarrin@utmachala.edu.ec  
Universidad Técnica de Machala

**Yolanda María Laines Álvarez**  
ylaines@utmachala.edu.ec  
Universidad Técnica de Machala

**Dina Davis Castro**  
ddavis@utmachala.edu.ec  
Universidad Técnica de Machala

## Resumen

Se ha logrado avanzar en la modernización y fortalecimiento de la gestión tributaria al promover una política fiscal disciplinada y transparente que mantiene en funcionamiento el aparato del Estado. Los objetivos de la política es la recaudación fiscal mediante los impuestos, corrigen los desequilibrios de las finanzas públicas, buscando la sostenibilidad fiscal. Se ejecuta una política tributaria progresiva que genera mayores ingresos, y permite financiar el gasto corriente y la inversión social del estado, con el fin de proteger a la población más vulnerable. Por otra parte, se implementaron diversas iniciativas y proyectos para robustecer la administración tributaria a través de nuevas tecnologías que permite elevar la recaudación. La metodología que se estableció en la investigación fue documental, descriptiva y cuantitativa donde se analizan aspectos relacionados con las recaudaciones tributarias a nivel nacional y provincial, se basa en los informes anuales y mensuales del SRI, se demuestra la comparación de las metas obtenidas en relación a las metas proyectadas por la Regional El Oro en proporción con los impuestos recaudados a nivel nacional y la variación de los impuestos del año 2014 al 2016, utilizando los fundamentos que sustentan la problemática, el marco teórico y legal.

**Palabras claves:** Ley tributaria, Impuestos, recaudación, sujeto activo, Contribuyentes.

## Abstract

Progress has been made in the modernization and strengthening of tax management by promoting a disciplined and transparent fiscal policy that keeps the state apparatus in operation. The objectives of the policy in tax collection for taxes, correct the imbalances of public finances, pursue fiscal sustainability. It implements a progressive tax policy that generates higher income, and allows to finance current spending and social investment of the state, in order to protect the most vulnerable population. On the other hand, several initiatives and projects were implemented to strengthen the tax administration through new technologies that allow raising the collection. The methodology based on scientific, descriptive and quantitative research that analyzes the relationship with tax collections at the national and provincial levels, is based on the annual and monthly reports of SRI, a comparison of the goals obtained in the relationship To the projected goals of the El Oro Region in proportion to the taxes collected at a national level and the variation of taxes from 2014 to 2016, using the fundamentals that underpin the problem, the theoretical and legal framework.

**Keywords:** Tax law, Taxes, collection, active subject, Taxpayers.

## Introducción

Las actividades mercantiles siempre han existido a través del tiempo, cada país tiene normativas que regulan las actividades transaccionales, el estado ha determinado entidades que controlan las actividades comerciales mediante la imposición de tributos e impuestos para la operatividad de los negocios o empresas, siendo generadora de recaudaciones efectivas

Los impuestos contribuyen al desarrollo de un país que sirven para financiar las inversiones de salud, educación, vivienda, ejes viales, Electricidad, pago de deuda externa entre otros, sin embargo en Ecuador el Servicio de Rentas Internas es la institución que controla a todos los contribuyentes, siendo el estado el sujeto activo de los impuestos.

Art. 3.- Sujeto activo. - El sujeto activo de este impuesto es el Estado. Lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas(H.Congreso, 2008). El Servicio de Rentas Internas (SRI) fue creado por la ley N° 41 y publicada en el Registro oficial 206, el 2 de diciembre de 1997, con la finalidad de controlar la administración tributaria en el Ecuador debido a los altos niveles de evasión fiscal debido a una mala cultura tributaria que existía en el país, de esta manera hace que se cumplan las leyes del sistema tributario que garantice la equidad y neutralidad en todo los procesos de recaudación para aportarse al Presupuesto General del Estado. El SRI es la administración tributaria central, la cual se encarga de la administración de los impuestos fiscales; tiene la potestad legal de sancionar el incumplimiento de la norma tributaria y uno de sus principales objetivos es controlar la evasión de los tributos internos en el país, buscando una mayor equidad en el proceso de recaudación, la misma que se debe realizar de manera justa e imparcial.

El artículo traza como objetivo evaluar los impuestos directos e indirectos en la Regional El Oro y su impacto en la recaudación fiscal del Ecuador, durante el periodo 2014-2016, siendo la Regional El Oro una de las jurisdicciones que posee gran importancia a nivel nacional, debido a que su productividad aporta en gran parte a la economía nacional, por ser una provincia que se dedica al cultivo de banano, cacao, camarón, minería entre otras actividades la misma que genera una gran cantidad de tributos en especial los impuestos directos específicamente el Impuesto a la Renta, que es un impuesto que grava a la Renta Global que obtengan las personas naturales o físicas, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras. A partir de este se pretende que la provincia de El Oro tiene un aporte significativo a las arcas fiscales. El SRI tiene como objetivo implementar una mejor cultura tributaria en el país en la cual el pago de los contribuyentes se determina por la capacidad contributiva que tienen, mediante esto, los contribuyentes que perciban menores ingresos deberán pagar un monto dentro sus posibilidades reales, para lo cual se implementa un proceso tributario equitativo e imparcial, es necesario mencionar que el SRI identifica a sus contribuyentes por medio del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Para el desarrollo de la investigación es necesario analizar varias leyes tributarias y desarrollar las principales funciones del ente regulador de impuestos en el Ecuador. También se realiza un estudio de los impuestos directos en el Ecuador, durante el periodo de estudio y además, analizar el comportamiento de la recaudación tributaria en el Ecuador.

## Desarrollo

En artículo 300 de la Constitución establece que el régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos. La política tributaria promoverá la

redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008)

## Los Tributos

El derecho tributario es la rama del derecho que estudia el conjunto de normas jurídicas que regulan los tributos. El tributo es el instituto propio del derecho tributario, constituye un eficaz instrumento de la política fiscal y es la principal fuente de ingresos del Estado.

Se puede definir como Tributo a las obligaciones comúnmente en dinero que el Estado exige sobre la base de la capacidad contributiva, en virtud de una ley y sirven para cubrir los gastos que demanda el cumplimiento de sus fines (Manya Orellana & Ruiz Martinez, 2010).

Los tributos en nuestra economía es la entrega de dinero, que sirven para el desarrollo de un país. Tenemos como características del tributo la fuente legal que encontramos en la Constitución de la República del Ecuador, el Código Tributario en su artículo 3 nos indica que solo mediante poder legislativo se podrá establecer, modificar o extinguir tributos, crea un vínculo jurídico entre el Estado y el sujeto Pasivo, el cumplimiento se hace efectivo sea voluntario o forzado, es pecuniaria porque la prestación es en dinero, tiene como fin satisfacer las necesidades de una sociedad. El pago de tributos es muy antiguo, donde el estado busca de alguna manera como conformar el presupuesto general que permita realizar como labor socio económica. Los impuestos dentro de un país son sumamente importantes “encargándose de generar recursos financieros con la finalidad de comprar bienes públicos, Estos impuestos redistribuyen el ingreso” (Parkin , 2008).

Art. 132.- La Asamblea Nacional aprobará como leyes las normas generales de interés común. Las atribuciones de la Asamblea Nacional que no requieran de la expedición de una ley se ejercerán a través de acuerdos o resoluciones. Se requerirá de ley en los siguientes casos:

1. Regular el ejercicio de los derechos y garantías constitucionales.
2. Tipificar infracciones y establecer las sanciones correspondientes.
3. Crear, modificar o suprimir tributos, sin menoscabo de las atribuciones que la Constitución confiere a los gobiernos autónomos descentralizados.
4. Atribuir deberes, responsabilidades y competencias a los gobiernos autónomos descentralizados.
5. Modificar la división político-administrativa del país, excepto en lo relativo a las parroquias.
6. Otorgar a los organismos públicos de control y regulación la facultad de expedir normas de la Constitución (Constitucion de la Republica del Ecuador, 2008)

## Clasificación de los tributos

Existen varias clasificaciones de los tributos. Las de interés en el campo jurídico y clasificación más conocida es la que acepta la doctrina latinoamericana, incluida también la española y la italiana, la cual reconoce la existencia de tres especies de tributos: los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales. Otro basamento para clasificarlos, es el fin perseguido al establecer el tributo

## Impuestos

El **impuesto** es una clase de tributo (obligaciones generalmente pecuniarias en favor del acreedor tributario) regido por derecho público. Se caracteriza por no requerir una contraprestación directa o determinada por parte de la administración tributaria (Pallo Tito, 2012)

Se estudia sobre el principio básico que rige estos, dando una definición concreta y entendible de Impuestos,

además una explicación de cada uno de los elementos que forman parte de este, como es el hecho imponible, los sujetos que intervienen en el pago de un impuestos como son los sujetos activos y pasivos; la determinación de la base imponible; cada uno de los tipos de gravamen que intervienen en la generación y pago del impuesto; cómo se determina la cuota tributaria y la afectación en la carga tributaria, además como afecta el no pago de los mismo y el incremento de la deuda tributaria. Así mismo, un análisis de la clasificación de los impuestos, su tratamiento y afectación a la economía mundial.(Fuentes Vasquez, 2012)

La legislación ecuatoriana establece ciertos impuestos, tasas y contribuciones especiales que se encuentran reguladas por diferentes leyes como, por ejemplo: Ley de Régimen Tributario Interno, Ley Orgánica de Aduanas, Ley para la Reforma de la Finanzas Públicas, Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador, entre otras. En estas normas se regulan los elementos básicos de cada impuesto como son el sujeto pasivo, el sujeto activo, el hecho generador, la tasa, los plazos de pago y las exenciones(Codigo Tributario, 2005)

Se define a los impuestos son los tributos más importantes, a través de los cuales, se obtiene la mayoría de los ingresos públicos. Con ellos, el Estado obtiene los recursos suficientes para llevar a cabo sus actuaciones, como, por ejemplo, la administración, infraestructuras o prestación de servicios a la comunidad.

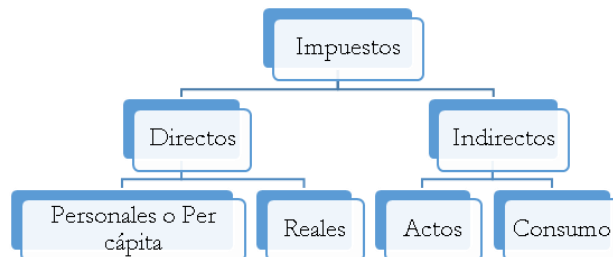
### ¿Son importantes los Impuestos?

El dinero proveniente de los impuestos le permite al Estado cumplir con los deberes que la Constitución Política le asigna, como por ejemplo, resguardar la seguridad nacional en lo interno y externo, protección a la familia y a la población, proteger el libre e igualitario acceso a las acciones de promoción, protección y recuperación de la salud y de rehabilitación del individuo, otorgar especial protección al ejercicio del derecho a la educación, financiar un sistema gratuito de educación, desarrollar actividades empresariales o participar en ellas, previa ley de quórum calificado o especial para aprobarlo, como el Banco del Estado, todo ello para lograr el bien común.**La planificación del gasto público se efectúa por medio de la Ley de Presupuesto, que anualmente es propuesta por el Poder Ejecutivo y aprobada por el Congreso.**(Centro de Educacion C. , 2016)

### Recaudación Tributaria

La Recaudación Tributaria en la gestión de la política fiscal revela la fundamental importancia de la percepción de impuestos que para ella tienen las cuestiones relacionadas con los ingresos tributarios. Una mejor comprensión de las cuestiones relacionadas con los ingresos tributarios tiene como componente imprescindible al conocimiento de todos los factores que, en forma directa e indirecta, intervienen en su determinación la misma que es Controlado por el Servicio de Rentas Internas.

Grafico No.1



Elaborado por las autoras

Los impuestos pueden clasificarse de varias maneras según sus características. Una primera clasificación sería la que los diferencia entre impuestos directos e indirectos.

**Impuestos directos:** son los que recaen directamente sobre la persona, sociedad, empresa, etc., ya que se basan en la capacidad económica: posesión de un patrimonio y obtención de rentas.

El impuesto directo, principalmente es el Impuesto Global Complementario, que es aquel que se aplica a la renta de las personas y que varía según el monto de la renta. A mayor renta mayor será el porcentaje del impuesto. (Centro de Educación, 2016)

### Clases de Impuestos Directos

- 1 Impuesto a la Renta
- 2 Herencias, legados y Donaciones
- 3 Impuesto ambiental Contaminación vehicular
- 4 Impuestos a los Vehículos Motorizados
- 5 Impuesto a la Salida de Divisas
- 6 Impuestos Activos del Exterior
- 7 RISE
- 8 Regalías, Patentes y Utilidades de Conservación Minera
- 9 Tierras Rurales

**Impuestos indirectos:** en contra de los anteriores, los impuestos indirectos se imponen a bienes y servicios y a las transacciones que se realizan con ellos, es decir, cuando se realiza una compra de bienes o servicios, por ejemplo, las personas están pagando un impuesto de manera indirecta. El impuesto no recae sobre la persona específica, aunque sea ésta la que lo abona, sino que recae sobre el bien o servicio que se adquiere.

### Las Ventajas de los Impuestos Directos

- Son Ingresos ciertos; Paga quien tiene más y menos quien tiene menos: Mínimo gravamen de pago

### Las Desventajas de los Impuestos Directos

- Afecta a más contribuyentes
- Son elásticos en comparación de indirectos
- Gravan a un grupo reducido de personas
- Hay evasión si se busca de deducciones

### Clases de Impuestos Indirectos

1. Impuesto al Valor Agregado: Operaciones Internas e Importaciones
2. Impuesto a los Consumos Especiales Operaciones Internas e Importaciones
3. Impuesto Redimible a las Botellas Plásticas

### Las Ventajas de los Impuestos Indirectos

- Cómodo de pagar
- Mas elásticos
- Recaudación instantánea
- Reaccionan más rápido en el ciclo económico
- Gravan a ricos y pobres en consumo



## Las Desventajas de los Impuestos Indirectos

- Afectan más al ingreso del pobre
- Más sensibles al ingreso
- Inflacionarios
- Impredecibles en su recaudación

### Política económica

La política económica es un instrumento que utilizan los países para mantener equilibrada su economía, la cual es realizada a través de leyes, reglamentos e impuestos con un fin determinando. El fin de la Recaudación es:

- Estabilidad Económica
- Desarrollo Económico
- Eficiencia Distributiva

Para cumplir estos objetivos se debe de contar con las políticas: Fiscal, Monetaria y Cambiaria

En el Presupuestos General del estado se estiman ingresos que son:

- Petróleos: Procedentes de exportación del crudo y venta de hidrocarburos
- Tributarios: Provenientes de la recaudación de impuestos, tasas y contribuciones
- Superávit: Utilidades operaciones de las empresas públicas
- Endeudamiento: Interno o externo (Merchán Quinde, 2011)

Los impuestos recaudados por el SRI son administrados por el Ministerio de Finanzas,(2016).

**Cuadro No.1: Recaudaciones por Provincias año 2014 al 2016**

Descripción Impuesto	2015	2014	
		Total general	Total Recaudación
<b>Suma de Valor Recaudado</b>		<b>435.819.389,05</b>	<b>487.292.150</b>
<b>Etiquetas de fila</b>	<b>Total general</b>	<b>Total general</b>	<b>Total Recaudación</b>
• AZUAY	499.284.365	12.339.427,07	11.637.918
• BOLÍVAR	30.675.908	37.048.930,37	32.575.670
• CAÑAR	34.098.738	21.491.747,36	18.885.322
• CARCHI	20.664.423	59.096.829,50	65.462.896
• CHIMBORAZO	63.659.929	54.494.111,77	82.472.681
• COTOPAXI	68.388.644	166.360.506,16	183.716.074
• EL ORO	185.354.329	50.514.146,21	69.591.390
• ESMERALDAS	56.253.216	22.173.824,51	30.007.837
• GALAPAGOS	27.222.323	3.204.288.031,09	3.429.547.691
• GUAYAS	3.533.061.825	99.663.062,57	100.466.430
• IMBABURA	110.949.907	67.760.677,99	74.863.707
• LOJA	72.165.174	62.392.920,77	70.288.295
• LOS RÍOS	64.823.273	214.487.699,64	187.522.862
• MANABÍ	205.805.305	13.684.442,63	14.690.389
• MORONA SANTIAGO	13.357.422	12.799.092,96	12.092.687
• NAPO	13.170.816	31.244.818,62	24.236.398
• ORELLANA	27.354.037	11.746.242,33	12.745.917
• PASTAZA	11.548.540	6.130.658.849,03	5.784.005.925
• PICHINCHA	0.383.688.011	24.929.111,24	24.592.911
• SANTA ELENA	24.674.949	57.043.629,63	68.567.541
• SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	66.692.255	29.276.593,46	22.716.876
• SUCUMBIOS	24.743.186	144.683.041,81	179.416.673
• TUNGURAHUA	185.388.085	47.801.793,65	61.570.999
• ZAMORA CHINCHIPE	30.931.428	69.166.694,78	91.635.921
• NO ASIGNADOS	79.429.878	11.080.965.614,21	11.135.082.628
<b>Total general</b>	<b>11.743.386.678</b>		

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas (2014, 2015, 2016)

En la Recaudación a nivel de Provincias: La Provincia de Pichicha es la que mayor recaudación ha tenido, le sigue Guayas y en Tercer lugar Manabí.

La recaudación tributaria en el año 2014, logró un monto total efectivo de US\$ 13.616 millones, con un

cumplimiento del 104 % frente a la meta establecida que representó un incremento de 6 % en relación al monto recaudado el año anterior.

Con respecto a los impuestos directos, el impuesto a la renta logró una participación del 69 % en el total recaudado, el impuesto a la salida de divisas alcanzó una participación de 20 %, siendo el impuesto a la renta el más representativo dentro de los impuestos directos con un crecimiento del 9 %.

Los impuestos indirectos el Impuesto al valor agregado representan el 89% de participación, el Impuesto a los consumos especiales el 11%.

El Impuesto al Valor agregado a pesar de que es un impuesto indirecto es el que mayor participación logra en el presupuesto general del estado representando el 54% del total recaudado.

**Cuadro No.2: Participación de la recaudación de los impuestos en Ecuador del año 2014(Valores en USD\$ dólares)**

	meta 2014	Meta % 2014	RECAUDACIÓN 2014	CRECIMIENTO NOMINAL 2013/2014
<b>IMPUESTOS DIRECTOS</b>				
<b>IMPUESTO A LA RENTA RECAUDADO</b>	<b>4.086.496.542,00</b>	<b>104,59</b>	<b>4.273.914.488,00</b>	9%
Retenciones mensuales	2.636.685.164	100,91	2.660.576.304,00	8%
Anticipo IR	358.902.739	106,05	380.632.600,00	11%
<b>Saldo Anual</b>	<b>1.090.908.639,00</b>	<b>113,00</b>	<b>1.232.705.584,00</b>	10%
Personas Naturales	159.923.883	110,89	177.346.185,00	10%
Personas Jurídicas	924.589.186	112,99	1.044.668.308,00	10%
Herencias Legados y Donaciones	6.395.570	167,16	10.691.091,00	18%
<b>Ingresos Extraordinarios</b>	0,00		0,00	-100%
<b>Impuesto Ambiental Contaminación Vehicular</b>	114.751.487	100,48	115.299.139,00	0%
<b>Impuesto a los Vehículos Motorizados</b>	243.000.000	94,01	228.434.873,00	7%
<b>Impuesto a la Salida de Divisas</b>	1.215.069.013	103,67	1.259.689.838,00	3%
<b>Impuestos a los Activos en el Exterior</b>	43.675.628	99,95	43.652.107,00	-9%
<b>RISE</b>	14.226.607	137,52	19.564.371,00	29%
<b>Impuesto a las Actividades Mineras</b>	28.477.751	204,55	58.251.908,00	103%
<b>Tierras Rurales</b>	3.543.811	290,84	10.306.917,00	74%
<b>Interes por Mora Tributaria</b>	57.776.475	245,00	141.554.424,00	-11%
<b>Multas Tributarias Fiscales</b>	74.352.446	92,92	69.089.687,00	10%
<b>Otros Ingresos</b>	3.802.466	631,41	24.009.041,00	385%
<b>Contribución para la atención Integral del cancer</b>				
<b>SUBTOTAL</b>	<b>5.885.172.226,00</b>	<b>106,09</b>	<b>6.243.766.793,00</b>	7%
<b>IMPUESTOS INDIRECTOS</b>	<b>7.233.975.127,00</b>		<b>7.350.812.859,00</b>	6%
<b>Impuesto al Valor Agregado</b>	<b>6.481.975.127,00</b>	<b>101,01</b>	<b>6.547.616.806,00</b>	6%
IVA de operaciones Internas	4.324.401.156	104,35	4.512.571.440,00	10%
IVA Importaciones	2.157.573.971	94,32	2.035.045.366,00	-3%
<b>Impuesto a los Consumos Especiales</b>	<b>752.000.000,00</b>	<b>106,81</b>	<b>803.196.053,00</b>	8%
ICE de operaciones Internas	558.000.000	110,28	615.357.004,00	8%
ICE de Importaciones	194.000.000	96,82	187.839.049,00	7%
<b>Impuesto Redimible a las Botellas Plásticas no Retor</b>	<b>18.800.000,00</b>	<b>118,28</b>	<b>22.237.540,00</b>	36%
<b>Pagos con Títulos del Banco Central</b>				
<b>TOTAL EFECTIVO</b>	<b>13.137.947.353,00</b>	<b>103,64</b>	<b>13.616.817.192,00</b>	7%
<b>DEVOLUCIONES</b>	<b>295.326.000,00</b>	<b>102,71</b>	<b>303.325.741,00</b>	24%
<b>TOTAL NETO</b>	<b>12.842.621.353,00</b>	<b>103,67</b>	<b>13.313.491.451,00</b>	6%

Fuente: Servicio de Rentas Internas del Ecuador (2014)

### **Análisis de la recaudación fiscal y la participación que tienen los impuestos directos en Ecuador, durante el período 2015**

En el proceso de recaudación del año 2015, se obtuvieron US\$ 13.953 millones en valores en efectivo, logró el 95 % de la meta establecida para el Presupuesto General del Estado.

El monto total de la recaudación de tributos, no hubo incremento -5 % en comparación al año anterior. El Servicios de Rentas Internas a lo largo de estos años ha tratado de incentivar una cultura tributaria.

Se evidencia el cumplimiento tributario por tipo de impuestos, en que, el impuesto a los vehículos motorizados presentó un 87,61 %, el impuesto a la renta un 107,41%, el impuesto al valor agregado alcanzó el 89,45% y el impuesto a los consumos especiales un 97,36%, el Impuesto a la salida de divisas 84,23 % todo este comportamiento en comparación de la meta establecida, el crecimiento nominal efectivo en relación al año 2014 fue del 2%.

**Cuadro N° 3: Participación de la recaudación los impuestos en Ecuador en el año 2015**  
(Valores en USD\$ dólares)

	meta 2015	Meta % 2015	2015	CRECIMIENTO NOMINAL 2014/2015
<b>IMPUESTOS DIRECTOS</b>				
<b>IMPUESTO A LA RENTA RECAUDADO</b>	<b>4.502.508.000,00</b>	<b>107,41</b>	<b>4.836.160.000,00</b>	13%
Retenciones mensuales	2.882.761.000	96,09	2.769.995.000	4%
Anticipo IR	411.238.000	81,57	335.432.000	-12%
<b>Saldo Anual</b>	<b>1.208.509.000,00</b>	<b>143,21</b>	<b>1.730.733.000,00</b>	40%
Personas Naturales	180.762.000	106,02	191.649.000	8%
Personas Jurídicas	1.020.423.000	147,99	1.510.166.000,00	45%
Herencias Legados y Donaciones	7.324.000	394,84	28.918.000,00	170%
<b>Ingresos Extraordinarios</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
<b>Impuesto Ambiental Contaminación Vehicular</b>	<b>163.299.000</b>	<b>69,32</b>	<b>113.201.000,00</b>	-2%
<b>Impuesto a los Vehículos Motorizados</b>	<b>254.613.000</b>	<b>87,61</b>	<b>223.067.000,00</b>	-2%
<b>Impuesto a la Salida de Divisas</b>	<b>1.298.846.000</b>	<b>84,23</b>	<b>1.093.977.000,00</b>	-13%
<b>Impuestos a los Activos en el Exterior</b>	<b>40.210.000</b>	<b>121,06</b>	<b>48.680.000,00</b>	12%
<b>RISE</b>	<b>19.675.000</b>	<b>101,73</b>	<b>20.016.000,00</b>	2%
<b>Impuesto a las Actividades Mineras</b>	<b>32.145.000</b>	<b>90,70</b>	<b>29.155.000,00</b>	-50%
<b>Tierras Rurales</b>	<b>4.970.000</b>	<b>180,42</b>	<b>8.967.000,00</b>	-13%
<b>Interes por Mora Tributaria</b>	<b>80.085.000</b>	<b>51,21</b>	<b>41.015.000,00</b>	-71%
<b>Multas Tributarias Fiscales</b>	<b>74.703.000</b>	<b>53,01</b>	<b>39.599.000,00</b>	-43%
<b>Otros Ingresos</b>	<b>5.111.111</b>	<b>127,70</b>	<b>6.527.000,00</b>	-73%
<b>Contribución para la atención Integral del cancer</b>	<b>63.174.000</b>	<b>128,23</b>	<b>81.009.000,00</b>	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>6.539.339.111,00</b>	<b>100,03</b>	<b>6.541.373.000,00</b>	5%
<b>IMPUESTOS INDIRECTOS</b>	<b>8.129.874.000,00</b>	<b>90,29</b>	<b>7.340.081.000,00</b>	0%
<b>Impuesto al Valor Agregado</b>	<b>7.267.460.000,00</b>	<b>89,45</b>	<b>6.500.436.000,00</b>	-1%
IVA de operaciones Internas	5.055.474.000,00	94,52	4.778.258.000,00	6%
IVA Importaciones	2.211.986.000,00	77,86	1.722.178.000,00	-15%
<b>Impuesto a los Consumos Especiales</b>	<b>862.414.000,00</b>	<b>97,36</b>	<b>839.645.000,00</b>	5%
ICE de operaciones Internas	675.705.000,00	103,25	697.669.000,00	13%
ICE de Importaciones	186.709.000,00	76,04	141.976.000,00	-24%
<b>Impuesto Redimible a las Botellas Plásticas no Retornables</b>	<b>20.787.000,00</b>	<b>104,09</b>	<b>21.638.000,00</b>	-3%
<b>Pagos con Titulos del Banco Central</b>	<b>63.174.000,00</b>	<b>79,10</b>	<b>49.972.000,00</b>	
<b>TOTAL EFECTIVO</b>	<b>14.690.000.111,00</b>	<b>94,98</b>	<b>13.953.064.000,00</b>	2%
<b>DEVOLUCIONES</b>	<b>293.371.000,00</b>	<b>87,59</b>	<b>256.952.000,00</b>	-15%
<b>TOTAL NETO</b>	<b>14.396.629.111,00</b>	<b>95,13</b>	<b>13.696.112.000,00</b>	3%

Elaborado por: Las Autoras

**Análisis de la recaudación fiscal y la participación que tienen los impuestos directos en Ecuador durante el período 2016**

- El crecimiento nominal efectivo del -11 % en la recaudación tributaria del año 2016 en comparación al año 2015, es decir, el monto descendió a US\$ 12 millones. Esto representó una disminución de US\$ 1 millón en comparación al total de recaudación realizada en el año anterior esto sin remisión y sin contribuciones solidarias. Este no superó las expectativas que se esperaban al inicio del año 2016 debido a que hubo el terremoto del 16 de Abril afectando a las provincias de Manabí y Esmeraldas por lo tanto se tuvo que crear la ley Orgánica de solidaridad y corresponsabilidad ciudadana para poder ayudar a estas dos provincias tomando medidas como : Incremento al Impuesto al Valor Agregado , Contribución de un día de sueldo, Contribución del 0.90% de Patrimonios, Contribución sobre Bienes inmuebles Contribución del 3% sobre las utilidades recaudándose estos valores por un determinado tiempo.

**Cuadro N° 4. Participación de los impuestos en la recaudación, 2016  
(Valores en USD\$ dólares)**

	meta 2016	Meta % 2016	2016	CRECIMIENTO NOMINAL 2015/2016
<b>IMPUESTOS DIRECTOS</b>				
<b>IMPUESTO A LA RENTA RECAUDADO</b>	<b>4.457.379.000,00</b>	<b>88,53</b>	<b>3.946.284.000,00</b>	-8%
Retenciones mensuales	2.952.846.000	84,32	2.489.843.000	-6%
Anticipo IR	364.419.000	91,99	335.213.000,00	-12%
<b>Saldo Anual</b>	<b>1.140.114.000,00</b>	<b>98,34</b>	<b>1.121.228.000,00</b>	-9%
Personas Naturales	145.353.000	112,64	163.720.000,00	-8%
Personas Juridicas	985.165.000	95,72	942.978.000,00	-10%
Herencias Legados y Donaciones	9.596.000	151,42	14.530.000,00	36%
<b>Ingresos Extraordinarios</b>	<b>0,00</b>			
Impuesto Ambiental Contaminación Vehicular	118.798.000	94,30	112.025.000,00	-3%
Impuesto a los Vehiculos Motorizados	226.641.000	85,90	194.675.000,00	-15%
Impuesto a la Salida de Divisas	1.205.054.000	80,05	964.659.000,00	-23%
Impuestos a los Activos en el Exterior	50.764.000	92,41	46.910.000,00	7%
RISE	21.018.000	89,27	18.763.000,00	-4%
Impuesto a las Actividades Mineras	22.672.000	221,46	50.210.000,00	-14%
Tierras Rurales	5.203.000	150,93	7.853.000,00	-24%
Interes por Mora Tributaria	89.438.000	151,69	135.666.000,00	-4%
Multas Tributarias Fiscales	69.932.000	71,76	50.181.000,00	-27%
Otros Ingresos	4.800.000	1.636,54	78.554.000,00	227%
Contribución para la atención Integral del cancer	93.010.000	97,04	90.259.000,00	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>6.364.709.000,00</b>	<b>88,08</b>	<b>5.605.780.000,00</b>	-10%
<b>IMPUESTOS INDIRECTOS</b>	<b>7.699.912.000,00</b>	<b>84,45</b>	<b>6.502.476.000,00</b>	-12%
<b>Impuesto al Valor Agregado</b>	<b>6.873.507.000,00</b>	<b>82,99</b>	<b>5.704.146.000,00</b>	-13%
IVA de operaciones Internas	5.072.263.000,00	86,25	4.374.850.000,00	-3%
IVA Importaciones	1.801.244.000,00	73,80	1.329.296.000,00	-35%
<b>Impuesto a los Consumos Especiales</b>	<b>826.405.000,00</b>	<b>96,60</b>	<b>798.330.000,00</b>	-1%
ICE de operaciones Internas	675.458.000,00	99,82	674.265.000,00	10%
ICE de Importaciones	150.947.000,00	82,19	124.065.000,00	-34%
<b>Impuesto Redimible a las Botellas Plasticas no Retornables</b>	<b>22.190.000,00</b>	<b>127,28</b>	<b>28.244.000,00</b>	27%
<b>Pagos con Titulos del Banco Central</b>	<b>0,00</b>			
<b>TOTAL EFECTIVO</b>	<b>14.086.811.000,00</b>	<b>86,16</b>	<b>12.136.500.000,00</b>	-11%
<b>DEVOLUCIONES</b>				-100%
<b>TOTAL NETO</b>	<b>14.086.811.000,00</b>	<b>86,16</b>	<b>12.136.500.000,00</b>	-9%

Fuente: Servicio de Rentas Internas del Ecuador(2016)

**Cuadro N° 5. Contribuciones creadas por las zonas afectadas del movimiento telúrico**

<b>CONTRIBUCIONES SOLIDARIAS</b>	<b>Contribución solidaria sobre el patrimonio</b>	201.540.000,00
	<b>Contribución solidaria sobre las utilidades</b>	355.240.000,00
	<b>Contribución solidaria sobre bienes inmuebles y</b>	141.064.000,00
	<b>Contribución solidaria de un día de remuneración</b>	60.459.000,00
	<b>Contribución 2% IVA</b>	402.444.000,00
		<b>1.160.747.000,00</b>

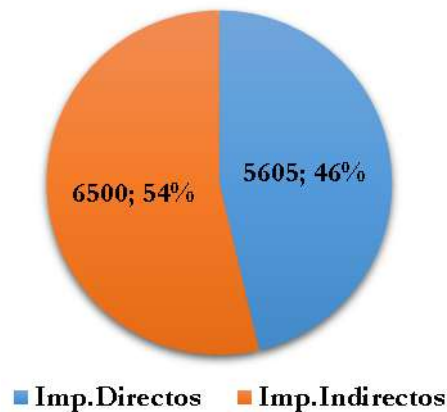
Fuente: **Servicio de Rentas Internas (2016)**

El monto recaudado en el año 2016 no superó a la recaudación del año anterior en que en el crecimiento de los Impuestos más relevantes, como el impuestos a la renta (IR) tuvo un decrecimiento del -8%, el impuesto al valor agregado (IVA) un decrecimiento del -13%, y el impuesto a los consumos especiales (ICE) el -1 %.

Estos son los impuestos que mayores ingresos representaron para el erario nacional y en consecuencia, para las arcas fiscales del Estado ecuatoriano, debido a que uno de ellos grava directamente sobre todos los ingresos de los contribuyentes (impuesto a la renta) y los otros dos gravan sobre el consumo.

La participación de los impuestos directos en el año 2016 representa un 46% del monto recaudado, los impuestos indirectos el 54 % esto como resultado podemos decir que el IVA sigue siendo un impuesto que aporta en mayor porcentaje al presupuesto general del estado.

**Gráfico N° 2. Participación de Impuestos Directos e Indirectos en el año 2016 (En Dólares y Porcentajes)**



Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro N° 6. Recaudación de Impuestos Directos e Indirectos de la Provincia de El Oro: 2014-2015-2016**

RECAUDACIÓN PROVINCIA DE EL ORO								
AÑO 2014-2015-2016								
-miles de dólares-								
		Recaudacion Ene - Dic 2014	Recaudacion Ene - Dic 2015	Recaudacion Ene - Dic 2016	Cumplimient o meta	Variación Nominal 2015/2016	Participación de la Recaudación 2016	
<b>TOTAL RECAUDACIÓN SIN REMISIÓN Y SIN</b>		<b>166.360.506</b>	<b>185.354.329</b>	<b>183.273.134</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>100%</b>	
<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>IMPUESTOS DIRECTOS</b>	<b>Impuesto a la Renta Recaudado</b>	64.027.983	72.009.740	73.654.651	● 115%	↓ 2%	
		Retenciones Mensuales	11.180.831	14.334.735	15.226.021	● 136%	→ 6%	
		Anticipos al IR	25.698.730	26.789.251	29.025.630	● 113%	↑ 8%	
		Declaraciones de Impuesto a la Renta						
		Personas Naturales	12.841.490	14.965.365	12.845.365	● 100%	↓ -14%	
		Personas Jurídicas	13.419.030	14.666.020	15.300.697	● 114%	→ 4%	
		Herencias, Legados y Donaciones	887.902	1.254.369	1.256.938	● 142%	↓ 0%	
		<b>IVA de Operaciones Internas</b>	5.135.343	3.333.999	2.985.001	● 58%	↓ -10%	
		ICE de Operaciones Internas	452.369	659.801	715.336	● 158%	↑ 8%	
		Impuesto Ambiental Contaminación Vehicular	85.639	96.336	105.331	● 123%	↑ 9%	
		Impuesto Redimible Botellas Plásticas NR	1.852.419	1.998.332	3.015.266	● 163%	↑ 51%	
		Impuesto a los Vehículos Motorizados	9.594.871	11.333.775	856.007	● 9%	↓ -92%	
		Impuesto a la Salida de Divisas	13.028.831	14.126.338	10.126.338	● 78%	↓ -28%	
		Impuesto a los Activos en el Exterior	3.637.632	3.598.023	4.598.023	● 126%	↑ 28%	
		RISE	1.612.309	3.779.012	2.036.786	● 126%	↓ -46%	
		Regalías, patentes y utilidades de conservación	2.346.651	1.986.336	999.036	● 43%	↓ -50%	
		Tierras Rurales	844.997	956.933	1.025.639	● 121%	↑ 7%	
		Contribución para la atención integral del cá	73.569	83.666	91.236	● 124%	↑ 9%	
		Intereses por Mora Tributaria	7.336.014	8.003.997	10.894.267	● 149%	↑ 36%	
		Multas Tributarias Fiscales	5.863.000	6.115.587	7.125.361	● 122%	↑ 17%	
		Otros Ingresos	4.800	5.369.236	6.007.831	● 125163%	↑ 12%	
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>115.896.427</b>	<b>133.451.111</b>	<b>124.236.109</b>	<b>● 107%</b>	<b>↓ -7%</b>	
		<b>IMPUESTOS INDIRECTOS</b>	<b>Impuesto al Valor Agregado</b>	46.128.700	47.333.998	49.555.528	● 107%	→ 5%
IVA Importaciones	1.687.036		1.698.236	4.698.236	● 278%	↑ 177%		
ICE de Importaciones	250.986		480.698	520.337	● 207%	↑ 8%		
<b>ICE de operaciones Internas</b>	459.869		369.298	388.746	● 85%	→ 5%		
Impuesto a los Consumos Especiales	85.069		83.989	750.328	● 882%	↑ 1073%		
Impuesto Redimible a las Botellas Plásticas no Reto	1.852.419		1.956.999	3.123.850	● 169%	↑ 60%		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>50.464.079</b>		<b>51.903.218</b>	<b>59.037.025</b>				
<b>DIRECTOS</b>		<b>115.896.427</b>	<b>133.451.111</b>	<b>124.236.109</b>	<b>● 107%</b>	<b>↓ -7%</b>		
<b>INDIRECTOS</b>		<b>50.464.079</b>	<b>51.903.218</b>	<b>59.037.025</b>	<b>● 117%</b>	<b>↑ 14%</b>		
<b>TOTALES</b>	<b>TOTAL RECAUDACIÓN <sup>(2)</sup></b>	<b>166.360.506</b>	<b>185.354.329</b>	<b>183.273.134</b>	<b>● 110%</b>	<b>↓ -1%</b>		
	(-) Notas de Crédito	0	306.126	693.445	● 0%	↑ 127%		
	(-) Compensaciones	0	53.467	31.419	● 0%	↓ -41%		
	<b>TOTAL EFECTIVO <sup>(5)</sup></b>	<b>166.360.506</b>	<b>184.994.735</b>	<b>182.548.271</b>	<b>● 110%</b>	<b>↓ -1%</b>		
	(+) Devoluciones <sup>(6)</sup>	262.627	256.952	97.828	● 37%	↓ -62%		
<b>TOTAL NETO <sup>(7)</sup></b>	<b>166.097.879</b>	<b>184.737.783</b>	<b>182.450.443</b>	<b>● 110%</b>	<b>↓ -1%</b>			

Fuente: Servicio de Rentas Internas (2014,2015, 2016)

Se puede analizar que los impuestos directos se conforman de diferentes rubros de impuestos y si lo analizamos de manera global vemos que la recaudación ha ido incrementando en los tres últimos años de la investigación a pesar que en el año 2016 decreció. se revisa y analiza los Impuestos Directos y los impuestos Indirectos en la Regional de El Oro se comprueba que la participación de los impuestos directos es mayor que los indirectos representando un porcentaje significativo en la participación del Presupuesto General del Estado, a pesar que a nivel nacional se recauda en otras regionales más por Impuestos Indirectos como es el Impuesto al Valor Agregado que es uno de los impuestos que mayormente aporta en otras regionales, en la provincia de El Oro es lo contrario se recauda más por impuestos directos siendo el impuesto a la Renta un porcentaje significativo como se puede observar en el cuadro No.7, esto se debe a la buena gestión que realiza el Servicio de Rentas Internas y las reformas en la legislación tributaria del País hace que ésta se incremente, es importante indicar la provincia de El Oro es una zona que se dedica a actividades de agricultura, ganadería, acuicultura, minería, comercialización, servicios entre otras actividades mercantiles.

Cuadro N° 7. Recaudación de Impuestos Directos e Indirectos de la Provincia de El Oro: 2014-2016. En

Porcentajes

IMPUESTOS	2014	2015	2016
Directos	70%	72%	72%
Indirectos	30%	28%	28%

Elaborado: Las Autoras

En este cuadro comparativo de recaudación de la Provincia de El Oro, el año 2015 fue mejor en relación del 2014 con una variación nominal del 15% en relación de los valores recaudados, representando los impuestos directos con un porcentaje del 72% y los impuestos indirectos el 28%

**Cuadro N° 8.: Recaudación Comparativa por Impuestos de la Provincia de El Oro 2015-2016**

CUMPLIMIENTO DE LA META DE RECAUDACIÓN DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS <sup>(1)</sup>								
RECAUDACIÓN NACIONAL								
RECAUDACION COMPARATIVA 2015-2016								
-miles de dólares-								
		Recaudación Ene - Dic 2015	Recaudación Ene - Dic 2016	Cumplimiento meta	Variación Nominal 2015/2016	Participación de la Recaudación 2016		
<b>TOTAL RECAUDACIÓN SIN REMISIÓN Y SIN</b>		#####	183.273.134	2	0	100%		
CLASIFICACIÓN	IMPUESTOS DIRECTOS	Impuesto a la Renta Recaudado	72.009.740	73.654.651	102%	2%	68%	
		Retenciones Mensuales	14.334.735	15.228.021	106%	6%		
		Anticipos al IR	26.789.251	29.025.630	108%	8%		
		Declaraciones de Impuesto a la Renta						
		Personas Naturales	14.965.365	12.845.365	86%	-14%		
		Personas Jurídicas	14.666.020	15.300.697	104%	4%		
		Herencias, Legados y Donaciones	1.254.369	1.256.938	100%	0%		
		IVA de Operaciones Internas	3.333.999	2.985.001	90%	-10%		
		ICE de Operaciones Internas	659.801	715.336	108%	8%		
		Impuesto Ambiental Contaminación Vehicular	96.336	105.331	109%	9%		
	Impuesto Redimible Botellas Plásticas NR	1.998.332	3.015.266	151%	51%			
	Impuesto a los Vehículos Motorizados	11.333.775	856.007	8%	-92%			
	Impuesto a la Salida de Divisas	14.126.338	10.126.338	72%	-28%			
	Impuesto a los Activos en el Exterior	3.598.023	4.598.023	128%	28%			
	RISE	3.779.012	2.036.786	54%	-46%			
	Regalías, patentes y utilidades de conservación	1.986.336	999.036	50%	-50%			
	Tierras Rurales	956.933	1.025.639	107%	7%			
	Contribución para la atención integral del cánc	83.666	91.236	109%	9%			
	Intereses por Mora Tributaria	8.003.997	10.894.267	136%	36%			
	Multas Tributarias Fiscales	6.115.587	7.125.361	117%	17%			
	Otros Ingresos	5.369.236	6.007.831	112%	12%			
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>133.451.111</b>	<b>124.236.109</b>	<b>93%</b>	<b>-7%</b>			
	IMPUESTOS INDIRECTOS	Impuesto al Valor Agregado	47.333.998	49.555.528	105%	5%		32%
		IVA Importaciones	1.698.236	4.698.236	277%	177%		
		ICE de Importaciones	480.698	520.337	108%	8%		
ICE de operaciones Internas		369.298	388.746	105%	5%			
Impuesto a los Consumos Especiales		63.989	750.328	1173%	1073%			
Impuesto Redimible a las Botellas Plásticas no Retorn		1.956.999	3.123.850	160%	60%			
<b>SUBTOTAL</b>		<b>51.903.218</b>	<b>59.037.025</b>	<b>114%</b>	<b>14%</b>			
<b>DIRECTOS</b>		<b>133.451.111</b>	<b>124.236.109</b>	<b>93%</b>	<b>-7%</b>			
<b>INDIRECTOS</b>		<b>51.903.218</b>	<b>59.037.025</b>	<b>114%</b>	<b>14%</b>			
TOTALES	<b>TOTAL RECAUDACIÓN<sup>(2)</sup></b>	<b>185.354.329</b>	<b>183.273.134</b>	<b>99%</b>	<b>-1%</b>			
	(3) Notas de Crédito	306.126	693.445	0%	127%			
	(4) Compensaciones	53.457	31.419	0%	-41%			
	<b>TOTAL EFECTIVO<sup>(5)</sup></b>	<b>184.994.735</b>	<b>182.548.271</b>	<b>99%</b>	<b>-1%</b>			
	(6) Devoluciones <sup>(6)</sup>	256.952	97.828	38%	-62%			
<b>TOTAL NETO<sup>(7)</sup></b>	<b>184.737.783</b>	<b>182.450.443</b>	<b>99%</b>	<b>-1%</b>				

Fuente: Servicio de Rentas Internas (2015, 2016)

En este cuadro comparativo se evidencia una disminución con relación al año 2015; pero los Impuestos indirectos como la recaudación del IVA se incrementó en relación al año anterior, esto se debe a que actividad productiva y servicios ha mejorado y que los contribuyentes están mejorando su cultura tributaria específicamente en el Impuesto al Valor Agregado, ahora si revisamos en este año, los impuestos directos aportan con gran porcentaje a las arcas fiscales en este año representa el 68 % de impuestos directos y 32% de impuesto indirecto.

Además la provincia de El Oro está conformada por 14 cantones, las recaudaciones de los cantones difieren

pero sobresale la cobranza de impuestos de la ciudad de Machala siendo el cantón de mayor recaudación por las diferentes actividades económicas, el cantón se dedica a las producción agrícola como: producción de banano, cacao, café y otros cultivos de ciclo corto, la producción acuícola como: camarón, criadero de peces, los habitantes también se dedican a la pesca, entre otros, además de la producción se exporta los productos al exterior siendo otras de las actividades que tienen mayores recaudaciones, es un cantón rico y tiene variedad productiva.

### **Metodología**

La metodología que se estableció en la investigación fue documental donde se analizan aspectos relacionados con las recaudaciones tributarias a nivel nacional y provincial, se basa en los informes anuales y mensuales del SRI de los años del 2014 al 2016, utilizando el enfoque cuantitativo y los fundamentos que sustentan la problemática, el marco teórico y legal, además el nivel de investigación es descriptivo, se demuestra la comparación de las metas obtenidas en relación a las metas proyectadas por la Regional El Oro en proporción con los impuestos recaudados a nivel nacional y la variación de los impuestos del año 2014, 2015, 2016.

### **Discusión**

Los Impuestos Directos son los que están conformados por el Impuesto a la Renta, Impuesto de Salida de Divisas, RISE, Regalías, patentes, Contribución., otros. Una de las ventajas de estos Impuestos, es que tiene un mínimo gravamen de pago y algo justo; él que tiene más paga más y el que tiene menos paga menos. Pero una de las desventajas es que afecta directamente al contribuyente y gravan a un grupo reducido de personas. Los principales impuestos Indirectos son el IVA (Impuesto al Valor Agregado), impuestos a los consumos específicos (denominados Impuestos Internos en muchos países), Derechos de Importación y el impuesto redimible a las botellas plásticas no retornables. Además, los impuestos indirectos se tiene una ventaja relevante se genera de la actividad del negocio, son más elásticos, depende de los ingresos o las ventas y lo más importante grava o genera a ricos y pobres; pero tiene una desventaja es que afecta al “Consumidor Final”

### **Conclusiones**

La provincia de El Oro a pesar de ser pequeño por su extensión en territorio, en el año 2014 es la quinta provincia que recauda mayores impuestos en el año 2014 al 2016, la provincia financia el presupuesto ecuatoriano y como se comprobó específicamente recauda en mayor porcentaje los impuestos directos. Las personas naturales o sociedades tienen una mejor cultura tributaria y cumplen con el pago de impuestos, uno de los factores que ayuda a una buena gestión tributaria es la facturación electrónica, medio que funciona de manera sistemática. En el análisis realizado se determina en función a la meta proyectada a lo recaudado una disminución de recaudación de impuestos en el año 2016.

A nivel nacional la mayor recaudación de impuesto se encuentra en los impuestos Indirectos es el año 2015.

La recaudación del año 2016 disminuyó debido al evento natural o telúrico, las empresas de las provincias de Esmeralda y Manabí se vieron afectada económicamente, y debido a esto se creó y se publicó en el Registro Oficial el 20 de mayo de 2016, en el suplemento del Registro Oficial No 759 la Ley de solidaridad y corresponsabilidad ciudadana para los afectados del terremoto donde se crearon contribuciones temporales para ayudar a los afectados de las provincias mencionadas.

El SRI realiza cada tres meses un corte de los impuestos recaudados y los compara con la meta planificada, teniendo una de las ventajas para el seguimiento de la recaudación, la tecnología es un elemento esencial para llevar a cabo todo lo programado.



## Referencias bibliográficas

- Centro de Educacion. (2016). Impuestos. *Universidad San Sebastian*, 4. Recuperado el 20 de julio de 2016
- Centro de Educacion, C. (2016). Impuestos. *CESUSS*, 6. Recuperado el 20 de Julio de 2016
- Codigo Tributario. (2005). *Direccion Nacional Juridica*. Recuperado el 20 de julio de 2017
- Constitucion de la Republica del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.
- Fuentes Vasquez, N. B. (2012). *TRATAMIENTO DEL IMPUESTO A LA RENTA CONSIDERANDO LOS CONVENIOS SUSCRITOS POR EL ECUADOR PARA EVITAR LA DOBLE TRIBUTACION* (Vol. 174). Quito, Ecuador: Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Economicas de Contabilidad y Auditoria. Recuperado el 17 de Julio de 2017
- Honorable Congreso Nacional, (2008). *La ley de Reglamento Tributario Interno*.
- Manya Orellana, M., & Ruiz Martinez, M. (2010). tax Ecuador 2010. Quito: TRENIO S.A.
- Merchán Quinde, T. (2011). *Analisis Comparativo de la Recaudación Fiscal por el Impuesto a la Renta de Personas Naturales no obligadas a llevar contabilidad*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado el 18 de Julio de 2016
- Ministerio de Finanzas , 2. (2016). *Resumen Ejecutivo del Presupuesto General del Estado*. Quito. Recuperado el 18 de Julio de 2016
- Pallo Tito, E. L. (2012). *EVOLUCIÓN DE LOS IMPUESTOS DIRECTOS E*. Guayaquil, Ecuador: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL. Recuperado el 17 de Julio de 2017
- Parkin , M. (2008). México: Pearson Educación.

# La dicotomía de la información financiera y fiscal en el Ecuador

**Lorena Elizabeth Muquis Tituaña**

Universidad Tecnológica Israel, Ecuador.  
lmuquis@uisrael.edu.ec

**Milton Marcel Jaramillo Bayas**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.  
mijaramillo@espoch.edu.ec

**Carolina Paola Jaramillo Bayas**

Universidad Tecnológica Israel, Ecuador.  
cjaramillo@uisrael.edu.ec

## Resumen

En el Ecuador el sector empresarial ha sobresalido actualmente debido a su capacidad productiva, razón por la cual, los cambios que se adopten para mejorar contribuyen al progreso. Uno de los criterios que prevalece para el desarrollo de un ente económico es la utilización de información fiable y relevante para la preparación y presentación de estados financieros que permitirán la toma de decisiones oportunas. Al observar la importancia que conlleva el manejo de la información se realiza un análisis que ha determinado un problema latente: la dicotomía entre la información financiera y fiscal. Esta divergencia se origina por la aplicación de criterios normativos, por un lado se maneja las Normas Internacionales de Información Financiera y por otro la normativa tributaria ecuatoriana, en la cual cada una regula bajo sus propios parámetros. En este sentido, la investigación recopila estrategias que el estado ecuatoriano ha establecido para disminuir las diferencias presentadas; se habla de un cambio a la normativa tributaria y la aplicación de herramientas, tal como la modificación del Formulario 101. Se ha dado inicio al cambio para disminuir este margen suscitado entre la dicotomía de la información, y en un nuevo horizonte ya se pueda hablar de nuevas estrategias.

**Palabras clave:** Dicotomía, Tributación, Impuestos diferidos, NIIF, Estados Financieros.

## Abstract

In Ecuador, the business sector has now excelled due to its productive capacity, which is why the changes that are made to improve contribute to progress. One of the criteria that prevails for the development of an economic entity is the use of reliable and relevant information for the preparation and presentation of financial statements that will allow the making of timely decisions. Observing the importance of managing information is an analysis that has determined a latent problem: the dichotomy between financial and fiscal information. This divergence originates from the application of normative criteria, on the one hand the International Financial Reporting Standards are handled and on the other, the Ecuadorian tax regulations, in which each regulates under its own parameters. In this sense, the research compiles strategies that the Ecuadorian state has established to reduce the differences presented; There is talk of a change to tax regulations and the application of tools, such as the modification of Form 101. The change has begun to reduce this margin between the dichotomy of information, and in a new horizon can already be spoken of new strategies.

**Keywords:** Dichotomy, Taxation, Deferred Taxes, IFRS, Financial Statements

## Introducción

### Introducción al problema

Una entidad económica contribuye al desarrollo del país ya que permite satisfacer necesidades de la población y generar rentabilidad a largo plazo. Al observar la magnitud de su importancia, conocer la situación económica y financiera permitirá la toma de decisiones oportunas y útiles para su crecimiento y mejoramiento continuo.

Conocer el desarrollo de la situación tanto financiera como económica parte de la información que se genere de los Estados Financieros elaborados bajo fundamentos teóricos y normativos en un periodo específico.

En el Ecuador se generó la dicotomía en el manejo de la información considerando que el Servicio de Rentas Internas presenta una normativa interna al contrario de la aplicación de NIIF que amplía sus parámetros a nivel internacional, evidenciando en los usuarios de los Estados Financieros varios criterios para su interpretación y aplicación.

Considerar el hecho de suscitarse varias inquietudes como establecer si aplico la normativa financiera o fiscal, o cual es la que me permite reflejar en forma fiel y relevante la información, si se presenta sanción al no reflejar alguna de las opciones mostradas, y llegar al punto más extremo, si tomo una de ellas y no aplico la otra me lleva a obtener pérdida en un periodo.

Las entidades de control ecuatoriana al observar la dicotomía suscitada, proporcionaron instrumentos que equilibren la información, como podemos observar el nuevo formulario 101 Impuesto a la Renta Sociedades emitida el 16-02-2017 NAC-DGERCGC17-00000103, el cual propone una sección relacionada con impuestos diferidos que compensan las diferencias financieras y tributarias.

### **Importancia del problema**

La problemática radica principalmente en la dicotomía generada entre la normativa interna y externa aplicada en el Ecuador, enfocada a la información que se utiliza para la elaboración y preparación de Estados Financieros.

Considerando que se generan varias inquietudes en virtud de decidir que normativa se debe aplicar, se mencionarían las siguientes:

- ¿Aplico la normativa tributaria o la normativa financiera?
- ¿Cuál es el impacto que genera en un entidad económica la dicotomía entre la información financiera y tributaria?
- ¿La metodología de aplicación en el ámbito tributario genera relevancia interna o externa?
- ¿Si aplico la normativa externa basada en NIIF obtengo información más relevante y fiable?
- ¿Se podría llegar a una mediación entre la dicotomía presentada?
- 

### **Metodología**

La presente investigación considera al método inductivo como la base que permita obtener información relevante para el desarrollo y la obtención de resultados.

Además el método inductivo nos permite considerar aspectos que van de lo particular a lo general, ya que consideramos como pilar fundamental a la normativa fiscal interna y a la normativa externa establecida a través de las Normas Internacionales de Información Financiera para observar posteriormente el manejo aplicado en las entidades económicas ecuatorianas. Considerando entonces la generación de la dicotomía presentada por la utilización de la normativa en el ámbito financiero y fiscal.

Consideramos como técnica de aplicación a la observación, teniendo en cuenta que se debe tratar como objeto de estudio a las relaciones de los fenómenos suscitados y el desarrollado de su comportamiento por la aplicación de la normativa interna y externa adoptada por el gobierno ecuatoriano.

### **Resultados y discusión**

La globalización de mercados ha permitido que la información trascienda a nivel internacional, permitiendo identificar varios aspectos que en anteriores periodos no generaban un alcance oportuno.

Considerando este cambio de paradigma, en el cual la información se maneja a nivel internacional y no solo como un mercado interno, se han producido varias decisiones a nivel del gobierno ecuatoriano para generar inserción y no aislarse de la situación actual.

El desarrollo de las entidades económicas se ha producido por el acceso a nuevos mercados, generando nuevas perspectivas en varios campos, uno de los más notables se ha orientado en el ámbito financiero-contable.

La información obtenida de los Estados financieros está considerada como la esencia para conocer la situación actual económica y financiera de un ente, y aquella que nos permitirá la toma de decisiones oportunas. Si mencionamos cuando está información presenta la dicotomía, podemos referir como parámetro inicial el año 2006, en el cual la Superintendencia de Compañías emitió la resolución No. 06. Q.ICI. 004 del 21 de agosto de 2006, el cual establece la adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera y su aplicación obligatoria por parte de las compañías y entidades que estén sujetas a su control, al preparar y presentar estados financieros a partir del inicio del año 2009.

La resolución No. ADM 08199 de 3 de julio de 2008, ratifica el cumplimiento de la Resolución emitida en el año 2006. Y finalmente la Resolución No. 08. G.DSC de fecha 20 de noviembre de 2008, establece un cronograma de aplicación obligatoria de las NIIF, tal como se muestra a continuación:

**Tabla 1.** Cronograma de aplicación de NIIF en el Ecuador

1	Cías y entes sujetos y regulados por la Ley de Valores, así como todas las cias que ejercen actividades de auditoría externa	2010	2009	01/01/2010
2	Cías que tengan activos totales mayores a \$4.000.000.00 al 31/12/2007; Cías Holding o tenedoras de acciones, que voluntariamente hubieren conformado grupos empresariales: cias de economía mixta y las que bajo la forma jurídica de sociedades constituya el Estado y Entidades del Sector Público; sucursales de cias u otras empresas extranjeras estatales, paraestatales, privadas o mixtas, organizadas como personas jurídicas y las asociaciones que éstas formen y que ejerzan sus actividades en el Ecuador	2011	2010	01/01/2011
3	Las demás no consideradas en los dos grupos	2012	2011	01/01/2012

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, República del Ecuador

Al realizar el análisis de la tabla presentada se determina que la Superintendencia de Compañías propone tres grupos para la aplicación por primera vez en las NIIF, iniciando con el año 2010 para el primer grupo, segundo grupo el año 2011 y en un tercer grupo para todas las empresas que estén bajo su control en el año 2012 considerando el año 2011 como periodo de transición.

Al adoptarse por primera vez las NIIF en el Ecuador a partir del año 2012 en forma general para las empresas, se suscitaron varias inquietudes en cómo se manejaría la información financiera y fiscal. Las sociedades aplicaban como normativa contable a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad y la normativa tributaria interna emitida por el Servicio de Rentas Internas antes de iniciar este proceso de cambio. Hablamos entonces que esta normativa como consideraba parámetros propiamente del Ecuador no daba lugar a conflictos internos, pero con la normativa de NIIF

la preparación y presentación de balances generaban cambios evidentes.

La información con la que se prepara estados financieros a partir del año 2012 señala dos cambios importantes, utilizar normativa interna y externa en un mismo campo de aplicación, por un lado fundamentos a nivel fiscal y por otro la aplicación de las NIIF, se puede observar entonces una dicotomía potencial a ser analizada.

Las Normas Internacionales de Información Financiera establecen como parámetros esenciales proporcionar información relevante y fiable que permita conocer y controlar los riesgos presentes e intensifica la armonización de criterios a nivel internacional.

Por otro lado hablamos de la normativa tributaria que tiene carácter interno, la cual considera aspectos únicos Ecuador que se han desarrollado en los últimos años y responden a circunstancias propias de las entidades económicas. Los cuerpos normativos utilizados Código Orgánico Tributario, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno, Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, NAC consideradas como resoluciones emitidas por el Servicio de Rentas Internas.

Considerando la relevancia de la dicotomía presentada se emite la normativa denominada Ley Orgánica de Incentivos a la Producción y Prevención del Fraude Fiscal publicada en el Registro Oficial 405, del 29-XII-2014 en el año 2014, en la cual se genera el reconocimiento de los impuestos diferidos, como una solución a esta divergencia de criterios en el ámbito contable. Se generaron varios cuerpos normativos relacionados con el tema una vez emitido la Ley de Incentivos por lo cual es importante revisar la regulación actual.

La reforma establece la añadidura del artículo 10 Deducciones numeral s/n en la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, y menciona “Art. (...) - Impuestos diferidos.- Para efectos tributarios se permite el reconocimiento de activos y pasivos por impuestos diferidos, únicamente en los casos y condiciones que se establezcan en el reglamento. En caso de divergencia entre las normas tributarias y las normas contables y financieras, prevalecerán las primeras.”

Valorando lo establecido por la normativa se enfatiza que los impuestos diferidos son aceptados como normativa interna para evitar algunas de las diferencias de criterios presentados por contadores ecuatorianos, pero se ratifica que al existir controversias van a ser consideradas como parámetros de cumplimiento el aspecto tributario.

Además se menciona que el Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno establece que criterios son considerados como impuestos diferidos, por lo cual el artículo 28 Gastos Generales deducibles numeral s/n indica:

“Art. ... - Impuestos diferidos.- Para efectos tributarios y en estricta aplicación de la técnica contable, se permite el reconocimiento de activos y pasivos por impuestos diferidos, únicamente en los siguientes casos y condiciones:

1. Las pérdidas por deterioro parcial producto del ajuste realizado para alcanzar el valor neto de realización del inventario, serán consideradas como no deducibles en el periodo en el que se registren contablemente; sin embargo, se reconocerá un impuesto diferido por este concepto, el cual podrá ser utilizado en el momento en que se produzca la venta o autoconsumo del inventario.

2. Las pérdidas esperadas en contratos de construcción generadas por la probabilidad de que los costos totales del contrato excedan los ingresos totales del mismo, serán Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa Tributaria consideradas como no deducibles en el periodo en el que se registren contablemente; sin embargo, se reconocerá un impuesto diferido por este concepto, el cual podrá ser utilizado en el momento en que finalice el contrato, siempre y cuando dicha pérdida se produzca efectivamente.

3. La depreciación correspondiente al valor activado por desmantelamiento será considerada como no deducible en el periodo en el que se registren contablemente; sin embargo, se reconocerá un impuesto diferido por estos conceptos, los cuales podrán ser utilizados en el momento en que efectivamente se produzca el desmantelamiento y únicamente en los casos en que exista la obligación contractual para hacerlo.

4. El valor del deterioro de propiedades, planta y equipo que sean utilizados en el proceso productivo del contribuyente, será considerado como no deducible en el periodo en el que se registre contablemente; sin embargo, se reconocerá un impuesto diferido por este concepto, el cual podrá ser utilizado en el momento en que se transfiera el activo o a la finalización de su vida útil.

5. Las provisiones diferentes a las de cuentas incobrables, desmantelamiento, desahucio y pensiones jubilares patronales, serán consideradas como no deducibles en el periodo en el que se registren contablemente; sin embargo, se reconocerá un impuesto diferido por este concepto, el cual podrá ser utilizado en el momento en que el contribuyente se desprenda efectivamente de recursos para cancelar la obligación por la cual se efectuó la provisión.

6. Las ganancias o pérdidas que surjan de la medición de activos no corrientes mantenidos para la venta, no serán sujetos de impuesto a la renta en el periodo en el que se el que se registren contablemente; sin embargo, se reconocerá un impuesto diferido por éstos conceptos, el cual podrá ser utilizado en el momento de la venta o ser pagado en el caso de que la valoración haya generado una ganancia, siempre y cuando la venta corresponda a un ingreso gravado con impuesto a la renta.

7. Los ingresos y costos derivados de la aplicación de la normativa contable correspondiente al reconocimiento y medición de activos biológicos, medidos con cambios en resultados, durante su período de transformación biológica, deberán ser considerados en conciliación tributaria, como ingresos no sujetos de renta y costos atribuibles a ingresos no sujetos de renta; adicionalmente éstos conceptos no deberán ser incluidos en el cálculo de la participación a trabajadores, gastos atribuibles para generar ingresos exentos y cualquier otro límite establecido en la norma tributaria que incluya a estos elementos. En el período fiscal en el que se produzca la venta o disposición del activo biológico, se efectuará la liquidación del impuesto a la renta, para lo cual se deberán considerar los ingresos de dicha operación y los costos reales acumulados imputables a dicha operación, para efectos de la determinación de la base imponible. En el En el caso de activos biológicos, que se midan bajo el modelo de costo conforme la técnica contable, será deducible la correspondiente depreciación más los costos y gastos directamente atribuibles a la transformación biológica del activo, cuando éstos sean aptos Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa Tributaria para su cosecha o recolección, durante su vida útil. Para efectos de la aplicación de lo establecido en el presente numeral, el Servicio de Rentas Internas podrá emitir la correspondiente resolución.

8. Las pérdidas declaradas luego de la conciliación tributaria, de ejercicios anteriores, en los términos y condiciones establecidos en la ley y en este Reglamento.

9. Los créditos tributarios no utilizados, generados en períodos anteriores, en los términos y condiciones establecidos en la ley y este Reglamento

10. En los contratos de servicios integrados con financiamiento de la contratista contemplados en la Ley de Hidrocarburos, siempre y cuando las fórmulas de amortización previstas para fines tributarios no sean compatibles con la técnica contable, el valor de la amortización de inversiones tangibles o intangibles registrado

bajo la técnica contable que exceda al valor de la amortización tributaria de esas inversiones será considerado como no deducible en el periodo en el que se registre contablemente; sin embargo, se reconocerá un impuesto diferido por este concepto, que podrá ser utilizado, respetando las referidas fórmulas, durante los períodos en los cuales la amortización contable sea inferior a la amortización tributaria, según los términos establecidos en la Ley y en este Reglamento.”

Este artículo parametriza los 10 criterios que son aceptados como impuestos diferidos por las sociedades y en los cuales se evita divergencia entre la parte tributaria y financiera, con el fin de que puedan ser utilizados y recuperados en periodos siguientes.

El Servicio de Rentas Internas emitió una Circular NAC-DGECCGC15-0000012 con fecha 4 de diciembre de 2015 menciona:

Los principios para la presentación, reconocimiento, medición e información a revelar, en relación a los impuestos diferidos, se encuentran establecidos en LA Norma Internacional de Contabilidad No. 12 Impuesto a las Ganancias y en la Sección 29 NIFF Para Pymes.

La circular emitida además hace hincapié e indica que se reconocerán activos y pasivos diferidos considerando las especificaciones emitidas y solo por los criterios aceptados, y para ser recuperados o pagados posteriormente en la conciliación tributaria deberán ser reconocidos en el Estado de Situación Financiera.

Revisada la normativa establecida es importante mencionar que el aspecto tributario emitido prevalece en lo referente a lo financiero en el caso del Ecuador, y que solo los diez criterios específico estipulados podrán ser reconocidos como impuestos diferidos, disminuyendo una brecha de la dicotomía presentada entre la información manejada a nivel de estados financieros.

Por otro lado el Servicio de Rentas Internas luego de examinar a profundidad lo estipulado por la normativa interna tributaria y en función de cumplir los requerimientos de reconocer los impuestos diferidos, realizo cambios al Formulario 101 Impuesto a la Renta Sociedades emitida el 16-02-2017 NAC-DGERCGC17-00000103, en el cual se muestra la Conciliación Tributaria.

El artículo 46 del Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno señala la definición de conciliación “Art. 46 Conciliación tributaria.- Para establecer la base imponible sobre la que se aplicará la tarifa del impuesto a la renta, las sociedades y las personas naturales obligadas a llevar contabilidad, procederán a realizar los ajustes pertinentes dentro de la conciliación tributaria y que fundamentalmente consistirán en que la utilidad o pérdida líquida del ejercicio será modificada con las siguientes operaciones:

- Diferencias permanentes
- Diferencias temporarias (Impuestos diferidos)”

Hablamos entonces que la conciliación Tributaria establece como parámetros fundamentales la traducción de la información financiera en tributaria, se aduce que los ingresos financieros se convierten en ingresos gravados y exentos, los gastos financieros se convierten en deducibles y no deducibles, además con la reforma planteada por el Servicio de Rentas Internas ratifica el apareamiento de dos subdivisiones denominados por un lado las Diferencias Permanentes y por otro Generación / Reversión de Diferencias Temporarias (Impuestos Diferidos).

- Diferencias permanentes

El Formulario 101 establece que las diferencias permanentes abarcan los siguientes rubros entre los más importantes:

- 15% participación trabajadores.

- Ingresos y gastos tributarios.
- Deducciones adicionales como:
  - (D.I.N.E.) Deducción por incremento neto de empleados, LORTI Artículo 10#9 RLORTI 46#9
  - D.T.R. Deducción por trabajador residente o deducción x trabajador de región, Artículo 10#9, RLORTI 46#9
  - D.E.D. Deducción por empleados discapacitados, Artículo 10#9 RLORTI 46#10
  - D.M.E. Deducción de medianas empresas, RLORTI 46#12
  - D.A.E. Deducción Adicional de depreciación, RLORTI 46#13
- Diferencias Temporarias

Una vez mencionado a que hacen alusión las diferencias permanentes, se considera relevante enfocarnos en las diferencias temporarias, la cual se considera la solución de disminuir la dicotomía de la información de los estados financieros.

Las diferencias temporarias comprende a todos los ingresos (gastos) que son exentos (no deducibles) de impuesto a la renta en el ejercicio fiscal declarado, y sí serán gravados (deducibles) en ejercicios fiscales futuros, cuando se cumplan las condiciones establecidas en la normativa tributaria vigente. Es decir las diferencias encontradas entre la información financiera y la tributaria al aplicar lo generado en las normativas.

Tal como se mencionó anteriormente en la normativa vigente para identificar las diferencias temporarias y como se las debe aplicar, se debe utilizar la Norma Internacional de Contabilidad 12 Impuesto a las Ganancias y la normativa tributaria ya referenciada en el trabajo propuesto.

La NIC 12 establece como objetivo “El objetivo de esta norma es prescribir el tratamiento contable del impuesto a las ganancias. El principal problema al contabilizar el impuesto a las ganancias es cómo tratar las consecuencias actuales y futuras de:

- (a) la recuperación (liquidación) en el futuro del importe en libros de los activos (pasivos) que se han reconocido en el estado de situación financiera de la entidad;
- (b) y (b) las transacciones y otros sucesos del periodo corriente que han sido objeto de reconocimiento en los estados financieros”

Con lo expuesto la NIC 12 permite entonces determinar el monto de Gasto por impuesto a la Renta del periodo y el monto que se difiere como activo o pasivo.

Identificado los conceptos tanto financieros y tributarios en relación a impuestos diferidos, se debe establecer el proceso de manejo para determinar el valor de la diferencia.

#### **Procedimiento de determinación de diferencias**

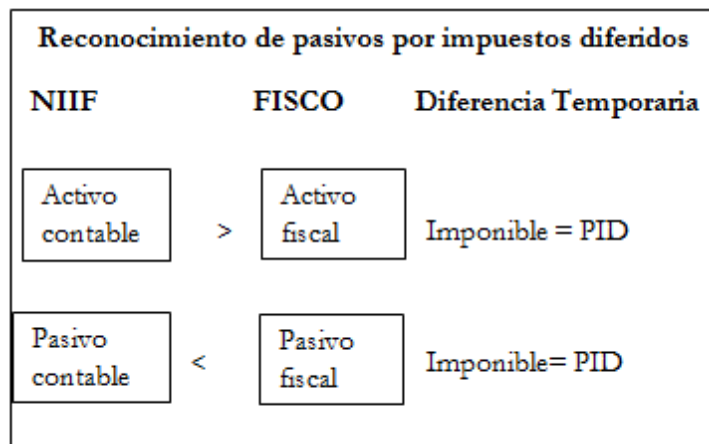
El proceso inicia comparando el Resultado contable financiero el cual aplico Normas Internacionales de Información Financiera y por otro punto el Resultado tributario que nace de la aplicación de la normativa tributaria.

Se genera entonces una diferencia la cual hay se clasifica de acuerdo a la NIC 12 en:

- Imponible: Generará mayores pagos por impuesto a la renta en un futuro, su resultado es el origen de un pasivo por impuesto a la renta diferido.

**Gráfico 1 .Reconocimiento de pasivos por impuestos diferidos**





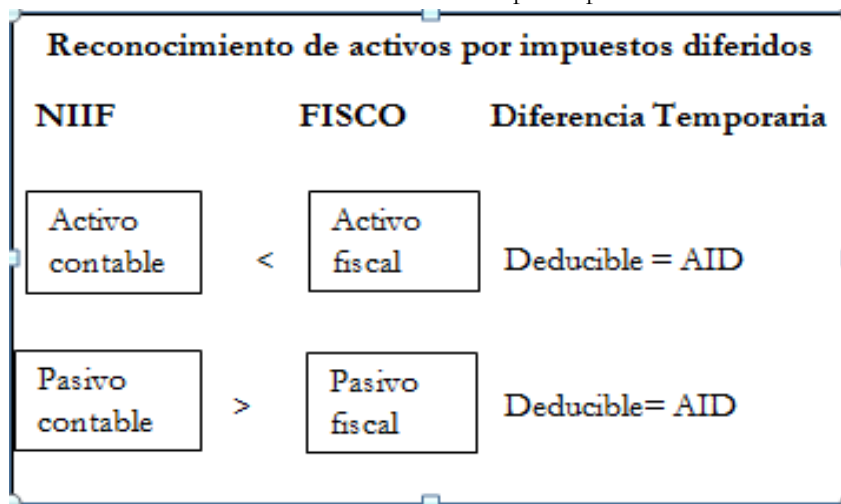
Fuente : investigación propia

En el gráfico podemos determinar la relación, si un activo contable es mayor a un activo fiscal genera un pasivo diferido y se considera como diferencia imponible.

En otro ámbito la relación, si un pasivo fiscal es mayor a un pasivo contable genera un pasivo diferido y se considera como diferencia imponible.

- Deducible: Generará menores pagos por impuesto a la renta en el futuro, su resultado es el origen de un activo por impuesto a la renta diferido.

Gráfico 2. Reconocimiento de activos por impuestos diferidos



Fuente: investigación propia

Podemos observar que el gráfico establece la relación e indica que si un activo fiscal es mayor a un activo contable genera un activo diferido y se considera como diferencia temporaria.

En otro ámbito si relación si un pasivo contable es mayor a un pasivo fiscal genera un activo diferido y se considera como diferencia temporaria.

Analizado una vez los conceptos establecidos por las NIC 12, se establece si cumple el criterio aceptado por la

normativa tributaria para ser reconocido. Por lo cual si está enmarcado dentro de los diez parámetros se lo cristalizará en el Formulario 101 en la división de Impuestos diferidos y se lo reconocerá en el Estado de Situación Financiera.

Pero por otro lado las diferencias temporarias no reconocidas por la normativa tributaria se considerarán como un gasto no deducible en la conciliación tributaria, el que dará un efecto de incrementar el pago del valor de Impuesto a la Renta del ejercicio.

Al tomar estas dos perspectivas surgen las preguntas expuestas anteriormente generadas por los contadores, en las que el punto focal es establecer cuál sería lo más prudente, utilizar NIIF o utilizar la normativa tributaria para el pago de Impuesto a la Renta.

Pero es importante aludir que cada vez se está cerrando la dicotomía generada entre estos dos aspectos tanto el tributario como financiero, a partir de las reformas internas tributarias tomadas y aceptadas por el gobierno para que los criterios manejados a nivel internacional como son las NIIF sean aplicados a la par con el aspecto tributario.

▪ **Valor Neto de Realización Inventarios**

Un parámetro de reconocimiento aceptado por la normativa tributaria en relación a impuestos diferidos está relacionado con el Valor Neto de Realización de Inventarios, por lo cual es importante conocer como se lo aplica.

Las pérdidas por deterioro parcial producto del ajuste realizado para alcanzar el valor neto de realización del inventario, serán consideradas como no deducibles en el periodo en el que se registren contablemente; sin embargo, se reconocerá un impuesto diferido por este concepto, el cual podrá ser utilizado en el momento en que se produzca la venta autoconsumo del inventario.

Fórmulas para la determinación

- **Materia prima y producción en proceso:**  
PVP-Costos de Producción-Gastos Venta
- **Productos Terminados:**  
PVP – Gastos de Venta

**Caso práctico**

La empresa TEA S.A. presenta el siguiente detalle de inventarios finales:

<b>Productos</b>	<b>Costo</b>
A	10
B	15
C	20
D	25
E	30
	100

Precio de Venta al Público PVP: 50% costo

Gasto de venta 35% PVP

	KARDEX	50%+COSTO	35% PVP		ELEGIR		
					EL MENOR		
Productos	costo	PVP	GTS VENTA	VNR	COSTO	NVR	AJUSTE
A	10	15	5,25	9,75	10	9,75	0,25
B	15	22,5	7,875	14,625	15	14,625	0,375
C	20	30	10,5	19,5	20	19,5	0,5
D	25	37,5	13,125	24,375	25	24,375	0,625
	30	45	15,75	29,25	30	29,25	0,75
	100						2,5

- Asiento contable Información basada en NIC 12

Gasto valoración VNR inventario	2,5
Provisión valoración VNR inventario	2,5

- Determinación de diferencia temporaria:

	NIIF	tributario	diferencia	Bse deducible o imponible	impuesto diferido	AID O PID
Inventario	100	100				
provisión valoración	-2,5	0				
	97,5	100	2,5	deducible	0,55	AID

- Asiento contable diferencia temporaria aceptada por el SRI

.....x.....

Activo por impuesto diferido	0,55
ingreso diferido	0,55

Dado el ejercicio práctico deducimos que este valor establecido por impuestos diferidos relacionados con Valor Neto de Realización de Inventarios se recupera cuando se venda o consuma.

- Formulario 101

GENERACIÓN / REVERSIÓN DE DIFERENCIAS TEMPORARIAS (IMPUESTOS DIFERIDOS)						
	GENERACIÓN			REVERSIÓN		
POR VALOR NETO REALIZABLE DE INVENTARIOS	814	814	0,55	815	815	-
POR PÉRDIDAS ESPERADAS EN CONTRATOS DE CONSTRUCCIÓN	816	816		817	817	-
POR COSTOS ESTIMADOS DE DESMANTELAMIENTO	818	818		819	819	-

## Resultados

Para poder determinar la importancia en el Ecuador de la presentación de estados financieros basados en información financiera y fiscal, se han tomado datos estadísticos del INEC Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos y el SRI Servicio de Rentas Internas.

**Tabla 2.** Número de empresas por tamaño de empresa y participación nacional, año 2015

Tamaño de empresa	Nro. Empresas	% Total
TOTAL	842.936	100,00%
MICROEMPRESA	764.001	90,60%
PEQUEÑA EMPRESA	61.987	7,40%
MEDIANA EMPRESA "A"	7.733	0,90%
MEDIANA EMPRESA "B"	5.156	0,60%
GRANDE EMPRESA	4.059	0,50%

**Fuente:** Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, República del Ecuador

**Tabla 3.** Criterios para determinar el tamaño de las empresas

Clasificación de las empresas	Volúmenes de ventas anuales	Personal ocupado
Micro empresa	Menor a 100.000	1 A 9
Pequeña empresa	De 100.001 a 1'000.000	10 A 49
Mediana empresa "A"	De 1'000.001 a 2'000.000	50 A 99
Mediana empresa "B"	De 2'000.001 a 5'000.000	100 A 199
Grande empresa	De 5'000.001 en adelante	200 en adelante

**Fuente:** Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, República del Ecuador

Observando estas dos tablas debemos considerar lo que nos menciona el artículo 37 del Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno para poder determinar en qué tipo de empresas se aplicarán los impuestos diferidos por ser obligados a llevar contabilidad. Los criterios son:

- Ingresos: superado las 15 fracciones básicas desgravadas de impuesto a la renta (año anterior)
- Capital: superado las 9 fracciones básicas desgravadas de impuesto a la renta (1 enero)
- Costos y Gastos: superado las 12 fracciones básicas desgravadas de impuesto a la renta (año anterior)

Con estos parámetros definimos que el grupo al cual establece un impacto la dicotomía presentada entre la información financiera y fiscal será considerado desde el grupo de la pequeña empresa hasta la grande empresa, generado los siguientes datos:

**Tabla 4.** Representación de empresas de grupo objetivo

Tamaño de empresa	Nro. Empresas	% Total
Total empresas	842936	100
Microempresa	764001	90,64
Grupo muestra	78935	9,36

**Fuente:** investigación propia

Hablamos entonces que el 9.36% de las empresas considerando el año 2015 debe cumplir los parámetros establecidos por la Superintendencia de Compañías y en los cuales se generará la dicotomía presentada.

Es importante mencionar que a pesar de representar solo un 9.36% el pago de impuesto a la renta que generan este tipo de empresas son elevadas en relación a las microempresas, tal como lo muestra a continuación los siguientes datos:

**Tabla 5.** Recaudación Impuesto a la Renta Año 2015

<b>Impuesto a la Renta Recaudado Año 2015</b>	<b>4.833.112</b>
Retenciones Mensuales	2.702.012
A la renta empresas petroleras y otros NEP	67.983
Anticipos al IR	335.432
Saldo Anual	1.727.685
Personas Naturales	191.934
Personas Jurídicas	1.506.833
Herencias, Legados y Donaciones	28.918

**Fuente:** investigación propia

Esta tabla muestra lo mencionado anteriormente que las personas jurídicas son consideradas un grupo importante por la recaudación de impuesto a la renta que producen que representan 1.506.833 millones de dólares en comparación a las personas naturales que no están bajo el control de la Superintendencia de Compañías por de \$ 191.934,00.

Los datos obtenidos nos permite determinar la importancia reflejada a nivel de empresas que deben presentar estados financieros bajo los parámetros del ente controlador que son en total en el año 2015 de \$78.935 entes económicos, los cuales tendrán presentará la dicotomía suscitada entre la información financiera y fiscal.

### **Conclusión**

- La dicotomía existente para la preparación y presentación de estados financieros del ejercicio fiscal surge a raíz de las diferencias presentadas entre el manejo de la normativa interna y la externa en el Ecuador.

- Las diferencias entre la información financiera y fiscal han generado que el estado ecuatoriano desarrolle mecanismos para disminuirlas y permitir la comparación de estados financieros a nivel internacional.
- Se debería continuar adoptando mejoras para el proceso de cambio que se está suscitando en el Ecuador y llegar a un consenso de aceptación sobre la normativa que se maneja a nivel internacional, permitiendo a la empresa tomar decisiones adecuadas.

#### **Referencias bibliográficas**

Asamblea Nacional. Código Orgánico Tributario. Ecuador. 2016. Ediciones Jurídicas.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Ecuador. 2016. Ediciones Jurídicas.

Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. Ecuador. 2016. Ediciones Jurídicas.

Ley Orgánica de Incentivos a la Producción y Prevención del Fraude Fiscal. . Ecuador. 2014. Ediciones Jurídicas.

Servicio de Rentas Internas. NAC-DGECCGC15-00000012. Ecuador. 4 de diciembre de 2015.

Servicio de Rentas Internas. NAC-DGERCGC17-000000103. Ecuador. 16 de diciembre de 2017.

IASB. Norma Internacionales de Información Financiera No 12. 2003.

Asamblea Nacional. Reglamento de aplicación para la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. Ecuador. 2016. Ediciones Jurídicas.

Asamblea Nacional. Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios. . Ecuador. 2016. Ediciones Jurídicas.

# El Presupuesto y su importancia en el Sector Público Ecuatoriano

**Wiliam Medina Castillo**

Universidad Técnica de Machala  
wmedina@utmachala.edu.ec

**Rosana Eras Agila**

Universidad Técnica de Machala  
reras@utmachala.edu.ec

**Margot Lalangui Balcázar**

Universidad Técnica de Machala  
mlalangui@utmachala.edu.ec

## Resumen

El Presupuesto como herramienta de administración, planificación, control y gestión gubernamental, busca desde el punto administrativo atender, realizar y solucionar diversas necesidades de un grupo de personas, comunidad, colectividad, actividades que beneficien a todos los integrantes de este gran país, por lo que el gobierno debe forma satisfacer las necesidades básicas de los ciudadano y del sector público entendiéndose a las distintas entidades que se encuentran en el campo de la administración pública, por lo que se busca identificar la importancia que es el presupuesto para este sector, pues un adecuado proforma representa para nuestro país estabilidad económica y que por estos últimos años ha permitido que decrezca los índices de pobreza, mejore su infraestructura; ubica a la educación y salud como prioridad y mantener a este sector demanda fuertes egresos, como búsqueda de la demostración de su importancia realizamos un enfoque cualitativo describiendo las partes importantes realizando la revisión bibliográfica, documentaria de organismos estatales el Ministerio de Finanzas y de las entidades recaudadoras del Ecuador y las distintas leyes aportan a su desarrollo y ejecución. La misma que a priorizado en los últimos años que por lo menos los ingresos permanentes cubran lo egresos permanentes que a su vez son gastos corrientes siendo el mayor aporte el rubro de gastos en personal siendo ellos motor de entidades estatales que cumplen funciones sociales y prioritarios representando el 29.5% aproximadamente del total presupuestado para el año 2016, logrando la sostenibilidad del sector público, por lo que es importante realizar adecuadamente un presupuesto tomando en cuenta todas las variables que puede producirse en el futuro para el buen desenvolvimiento de las entidades públicas.

**Palabras claves:** presupuesto estatal, ingresos, egresos, administración pública, Ecuador.

## Abstract

The Budget as a tool for administration, planning, control and government management, seeks from the administrative point of view, to meet, perform and solve diverse needs of a group of people, community, community, activities that benefit all members of this great country, That the government should meet the basic needs of citizens and the public sector, understanding the different entities that are in the field of public administration, so it is sought to identify the importance of the budget for this sector, since a Adequate proforma represents for our country economic stability and that in recent years has allowed the poverty rates to decrease, improve its infrastructure; Places education and health as a priority and maintain this sector demand strong expenditures, as a search for the demonstration of its importance we make a qualitative approach describing the important parts carrying out the bibliographical review, documentary of state agencies the

Ministry of Finance and entities Collectors of Ecuador and the different laws contribute to its development and execution. The same as prioritized in the last years that at least permanent income cover the permanent expenditures which in turn are current expenditures with the largest contribution being the expenditure item in personnel being them engine of state entities that fulfill social and priority functions representing Approximately 29.5% of the total budgeted for the year 2016, achieving the sustainability of the public sector, so it is important to adequately carry out a budget taking into account all the variables that may occur in the future for the good performance of public entities.

**Keywords:** state budget, revenues, expenditures, public administration, Ecuador.

## Introducción

El Presupuesto como herramienta de administración, planificación, control y gestión gubernamental, que desde el punto de vista administrativo, enfoca a nuestro país como una gran empresa, en la que existen diferentes departamentos y secciones las cuales, están listas a atender, realizar y solucionar diversas necesidades de un grupo de personas, comunidad, colectividad, actividades que beneficien a todos los integrantes de este gran país. Pero el gobierno necesita solventar estas actividades que se tienen que realizar en bien de la sociedad y de esta forma satisfacer las necesidades básicas de los ciudadanos, que eligieron a una persona responsable que esté al frente, por lo que requiere de recursos económicos, para solventar estas necesidades conociendo que el dinero es un recurso limitado y las necesidades son ilimitadas, más aún cuando se debe velar por los intereses de más de 15 millones de ecuatorianos.

Es por ello que el gobierno, busca los recursos necesarios que permitan cumplir con estas necesidades ilimitadas que existen, dinamizar la economía ecuatoriana y mejorar la calidad de vida de sus habitantes, por lo que presupuesta, los ingresos que espera recaudar durante el ejercicio económico, para luego administrarlos eficiente cubriendo sus gastos. Los ingresos no son más aquellos valores que obtiene producto de la implantación de sus políticas económicas, especialmente en estos tiempos con énfasis a la recaudación permanente, que son los impuestos tributarios y no tributarios, dentro de los ingresos no tributarios, están los ingresos petroleros que eran los rubros más fuertes y reconocidos en las finanzas estatales, que en el año 2016 y 2017, no han sido considerados en el presupuesto estatal, que ha sido financiado con ingresos tributarios; y; mientras que los gastos más representados en nuestro país son sus gastos corrientes son las remuneraciones del sector público, la educación, la salud, la inversión pública en proyectos y programas previamente presupuestados.

Los gobiernos a nivel mundial deben presupuestar, la forma como realizan depende de las políticas que se implanten en beneficio de todo el Estado, por lo que cada uno es independiente y no existe injerencia de un país a otro, siendo el Ecuador un país con soberanía al implantar sus propias políticas estatales le permite cubrir sus necesidades como sector público, entendiéndose a las entidades que conforman como lo son los Ministerios, Secretarías, Subsecretarías, empresas y organismos públicos que prestan servicios a los ciudadanos.

Identificar la importancia que es el presupuesto para el sector público ecuatoriano, es relevante esta investigación porque mientras en un país la existencia pública es solamente gubernativa, pero para nuestro país representa la estabilidad económica y que por estos últimos años ha permitido que decrezca los índices de pobreza, mejore la infraestructura, se priorice la salud, la educación y por ende exista el buen vivir para los pobladores de distintas condiciones sociales.

Siendo para Morales (2013) que presupuesto es la expresión numérica de los planes y objetivos de la empresa que para ello diseña estrategias necesarias para alcanzarlos; más para (Burbano, 2011) es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa y para (Del Rio



Gonzalez, 2009) Presupuesto es la programación de manera sistemática de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo , por lo que presupuesto son planes que buscan el cumplimiento de objetivos planteados diseñando para ellos estrategias para un periodo determinado de ahí que cada gobernante tiene la obligación de realizar esta actividad inicialmente tomando en consideración sus políticas de ser necesario reformará sus leyes.

### **Metodología**

La búsqueda de la identificación de la importancia del presupuesto en el sector público ecuatoriano, se emplea un enfoque cualitativo describiendo las partes importantes que lo conforman producto de la revisión bibliográfica, de documentos de organismos estatales como lo son el Ministerio de Finanzas como ente rector de las finanzas públicas y de las entidades de control del gasto público, como son Contraloría General del Estado, Sistema Nacional de Contratación Pública, Servicios de Rentas Internas, tomadas desde sus estadísticas y las leyes que forman parte de sus procedimientos en su programación y formulación, entendiéndose al sector público como “el conjunto de instituciones, entidades, organismos, programas, proyectos, mediante el cual el estado regula y hace cumplir las discusiones de carácter político, en lo económico, social y cultural de un país” (Medina & Morocho, 2015)

### **Resultados y Discusión**

El Presupuesto del sector público cuantifica los recursos que requieren los gastos de funcionamiento y el servicio de la deuda pública (Burbano, 2011), El presupuesto público “es un documento financiero que refleja un plan de acción de un gobierno en una periodicidad anual” (Díaz, González, & Oropeza, 2011) también se puede decir son aquellos que elaboran las instituciones del sector público, en donde se pueden atender planes, programas y objetivos que tiene que cumplir cada entidad, aquí se parte de los ingresos que se esperan recaudar durante el año. Para en función de los gastos la entidad pueda establecer los ingresos que necesita, es decir se necesita en primer lugar conocer los requerimientos de sus distintos departamentos que conforman la entidad público y por ende este sector.

De acuerdo a su gasto público, cada estado propondrá sus políticas fiscales, de ahí que observaremos las siguientes teorías:

1.- La teoría keynesiana enfoque económico, expone que la política fiscal es un rol fundamental en la economía desde el punto de vista de la asignación de recursos, la redistribución de la renta y la estabilización económica, siendo la producción de bienes sociales su prioridad sea esta en la educación, salud, energía eléctrica, vías de comunicación, etc. Su objetivo es influir sobre los componentes de la demanda agregada y por esa vía reactivar la producción y el empleo; supone que la economía mantiene un alto porcentaje de recursos productivos desempleados, por lo que las políticas expansivas de demanda no son inflacionarias. Aquí no cuestionan el mantenimiento del déficit fiscal, al contrario, lo consideran necesario para reactivar la economía, utiliza una serie de instrumentos que actúan como estabilizadores automáticos, que amortiguan o frenan un ciclo económico de auge o recesión, estos instrumentos son los impuestos a la renta y los gastos relacionados con el desempleo.

2.-Las economías de oferta se basan en la política de incentivos, en especial de los impuestos, pues se considera que ellos distorsionan las decisiones de los agentes económicos en cuanto al trabajo, al ahorro y a la inversión, un ejemplo es el presupuesto de los EEUU en la década de los ochenta cuya propuesta fue reducir los impuestos a corto plazo para incentivar el empleo, ampliar la base tributaria en el largo plazo y recaudar más ingresos. Al ciclo o evolución de la recaudación tributaria resultante de la denominada Curva de Laffer.

Dentro del marco legal de la Política de Gasto Público “la calidad del gasto público abarca aquellos elementos que garantizan un uso eficaz y eficiente de los recursos públicos, con los objetivos de elevar el potencial de crecimiento de la economía” (Bastidas, Cabrera, & Franco, 2016), se inscribe en el llamado Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas. En efecto el 22 de octubre del 2010 el gobierno del Econ. Correa Delgado, publica en el Registro Oficial Nro. 306 El Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas; el mismo que tiene por objeto:

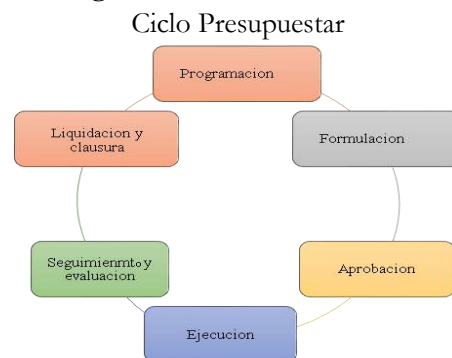
Organizar, normar y vincular al sistema nacional descentralizado de planificación participativa con el sistema nacional de finanzas públicas y regular su funcionamiento en los diferentes niveles del sector público, en el marco del régimen de desarrollo, del régimen del buen vivir, de las garantías y los derechos constitucionales. (Codigo Organico de de Planificacion y Finanzas Publicas, 2010)

El Ecuador basa su política en principios establecidos desde su la Norma Técnica de Presupuesto siendo las siguientes: “legalidad, universalidad, unidad, plurianualidad, oportunidad, efectividad integralidad, centralización, desconcentración, flexibilidad y transparencia” (Norma Técnica de Presupuesto, 2017), las mismas que buscan dinamizar la planificación y los procedimientos presupuestarios.

Las teorías antes expuestas confrontadas con las leyes vigentes para la realización del Presupuesto General del Estado (PGE), siendo que el gobierno ecuatoriano dirige sus políticas en el enfoque keynesiano, busca la producción de bienes sociales. El presupuesto actual está conformado por ingresos que pueden ser permanentes o no permanentes, y que para garantizar la conducción de las finanzas públicas de manera correcta, los egresos permanentes se financiaran con ingresos permanentes., pero los ingresos permanentes pueden también financiar egresos no permanentes.

Respecto a la programación fiscal; la política fiscal es dictada por el Presidente de la República, quien a su vez le faculta a Ministerio de Finanzas que es el órgano rector de las finanzas públicas, para que dicte los lineamientos necesarios para los diferentes pasos del ciclo presupuestario, en los campos de ingresos, gastos, activos, pasivos, financiamiento y patrimonio del sector público no financiero y se ajustará al cumplimiento del plan nacional de desarrollo.

**Figura 1.** Fuente: COPLAFIP



La figura al ciclo presupuestario, indica el proceso en la cual las instituciones del sector público deben de presupuestar partiendo desde sus metas, planes, programas, proyectos que van a emprender durante un periodo determinado de tiempo, en bien del cumplimiento de los objetivos con los que fue creada cada institución, esta programación termina hasta la liquidación del mismo presupuesto.

Dentro del sistema de presupuesto existen normas, procedimientos, técnicas y métodos que se emplean en las instituciones del sector público en todas las etapas de ciclo presupuestario, que todas las instituciones deben de realizar en forma obligatoria. El sistema de presupuesto abarca la realización del Presupuesto General del Estado (PGE), el cual es el instrumento que permite al gobierno ecuatoriano realizar la estimación de los ingresos que espera recaudar durante un año, estos ingresos pueden ser por la venta de petróleo, por el cobro de impuestos, así como también necesita determinar cuáles son los gastos que tendrán que realizar las diferentes instituciones del sector público, claro está que el Estado prioriza cuales son los gastos que no pueden dejar de cumplir, entre ellos tenemos, la salud. Educación, vivienda, programas sociales, vialidad.

Las entidades que siendo estatales no son consideradas parte del presupuesto general del Estado, entre ellas tenemos, seguridad Social, la banca pública, las empresas públicas; y, los gobiernos autónomos y descentralizados (GADs), pero ellos tienen autonomía presupuestaria y administrativa, por lo que ellos serán responsables de sus presupuestos y de la forma de obtener sus fuentes sea en leyes propias para esta actividad un ejemplo los Municipios con sus ordenanzas municipales.

En el Código Orgánico de Planificación de las Finanzas Públicas en el Art. 78 (2010) hace referencia que los ingresos fiscales se clasifican en ingresos permanentes y no permanentes. En el Código Orgánico de Planificación de las Finanzas Públicas en el Art. 78 (2010) explica que son los ingresos de recursos públicos que el Estado a través de sus entidades, instituciones y organismos públicos, reciben de manera continua y periódica y previsible, (Pág. 26). No se pueden considerar dentro los ingresos permanentes a los recursos que las entidades públicas puedan considerar como enajenación, degradación o venta de sus activos o cualquier ingreso que pueda ser considerado como endeudamiento público. Dentro de estos ingresos podemos considerar por ejemplo a los impuestos entre los que anotamos el impuesto al valor agregado (IVA), el impuesto a los consumos especiales, impuesto a la renta, impuestos a la salida de divisa, entre las tasas anotaremos, las tasas aduaneras.

De igual forma en el Código Orgánico de Planificación de las Finanzas Públicas en el Art. 78 (2010) expone que los Ingresos no permanentes, son los ingresos de recursos públicos que el Estado a través de sus entidades, instituciones y organismos, reciben de manera temporal, por una situación específica, excepcional o extraordinaria, (Pág. 27). La generación de los ingresos no permanentes podría ocasionar disminución en la riqueza nacional, las ventas de activos públicos o del endeudamiento público. Ejemplos de estos ingresos podemos citar los ingresos petroleros, venta de empresas nacionales, desembolsos de créditos.

Los egresos del sector público según el Código Orgánico de Planificación de las Finanzas Públicas en el Art. 79 (2010), los clasifica a los egresos fiscales en Egresos permanentes y Egresos no permanentes. Siendo los egresos permanentes, como los recursos públicos que el Estado a través de sus entidades, instituciones y organismos, efectuados de carácter operativo que requieren repetición permanente con el cumplimiento de sus metas y objetivos, (Pág. 27) como ejemplos el pago sueldos de los servidores públicos, también podemos mencionar los bienes y servicios que necesitan para que puedan lograr su funcionamiento y operación entre ellos podemos citar pago de servicios básicos, combustible para los vehículos. Los egresos permanentes no generan la acumulación de capital o las compras de bienes de larga duración.

En el caso de los egresos no permanentes, el Código Orgánico de Planificación de las Finanzas Públicas en el Art. 79 (2010) señala que, son los egresos de recursos públicos que el Estado a través de sus entidades, instituciones y organismos, efectuados de carácter temporal, por una situación específica, excepcional o

extraordinaria que no requiere repetición. (Pág. 27). Estos gastos los efectúa de manera temporal, pues se los realiza para generar directamente la acumulación de capital o activos o la disminución de pasivos. Estos egresos incluyen los gastos de mantenimiento para reponer el desgaste del capital.

El presupuesto en el Ecuador debe cumplir las siguientes etapas:

### **Establecimiento de Compromisos**

Para el establecimiento de compromisos El Código Orgánico de Planificación de las Finanzas Públicas en el Art. 116 (2010), los créditos presupuestarios quedarán comprometidos en el momento que la autoridad competente, mediante acto administrativo expreso, decida la realización de los gastos, (pág. 34). Una vez que la autoridad competente tenga la certificación de que existen los recursos para poder comprar o contratar bienes o servicios, el siguiente paso es dejar comprometido el recurso, todo este proceso debe haber el documento con la firma expresa del funcionario responsable de realizar este acto administrativo, que en ningún caso se podrá destinar para comprar otro bien que no sea el que originalmente se estableció el compromiso.

### **Pago de Obligaciones**

Una vez que exista el compromiso para la compra de bienes y servicios., al momento que se realice el pago del compromiso se produce la obligación y por ende la afectación presupuestaria la cual se puede presentar en los siguientes casos.

1. El Código Orgánico de Planificación de las Finanzas Públicas en el Art. 117 (2010). “Cuando ineludiblemente por excepción deban realizarse pagos, sin contraprestación, de acuerdo a lo que disponga la norma técnica” (Pág. 34). Cuando se deban realizar los pagos que la institución sin recibir nada a cambio, sino que existen obligaciones que se deben pagar. Ejemplo, pago de impuestos.
2. El Código Orgánico de Planificación de las Finanzas Públicas en el Art. 117 (2010). “Cuando se reciban de terceros obras, bienes o servicios adquiridos por autoridad competente, mediante acto administrativo valido, haya o no compromiso previo”. Esto de que haya o no compromiso previo, no se puede dar porque la disposición es clara antes de poder contratar, adquirir bienes o servicios se debe contar con la certificación presupuestaria y por ende aquí se deja comprometido los recursos financieros, Art. 115 del COPLAFIP.

Pero si ya está aprobado cuenta con la certificación presupuestaria, con el compromiso se procede al pago de la obligación, y que el pago haya sido autorizado por la autoridad competente. Previa también a la presentación de todos los justificativos del caso, actas de entrega, planillas de avance y terminación de obra, facturas. Art. 117 del COPLAFIP.

### **Modificaciones presupuestarias**

Para poder modificar los presupuestos aprobados por el ministerio de Finanzas, se establecerá la siguiente disposición en caso de que se quiera modificar los presupuestos en el Código Orgánico de Planificación de las Finanzas Públicas en el Art. 118 (2010), el ente rector de las finanzas públicas podrá aumentar o rebajar ingresos y gastos que modifiquen los niveles fijados en el presupuesto general del Estado. (pág. 35). La etapa de la ejecución, el presupuesto de las entidades públicas es flexible, por lo que está sujeto a ser modificado, en vista que se producen variaciones a nivel de los ingresos y gastos que inicialmente fueron aprobados. La reforma al presupuesto original de la entidad, puede ser porque la entidad, recaudo más ingresos, o se requiere de la adquisición bienes y servicios necesarios para el cumplimiento de las metas y objetivos programados por la entidad.

### **Seguimiento y Evaluación**

En esta etapa del Seguimiento y evaluación El Código Orgánico de Planificación de las Finanzas Públicas en el Art. 119 (2010), comprende la medición de los resultados físicos y financieros obtenidos y los efectos producidos, el análisis de las variaciones observadas, con la determinación de sus causas y la recomendación de medidas correctivas. (pág. 36). En esta esta etapa del ciclo presupuestario, en la que se debe de dar la medición de los resultados físicos obtenidos el seguimiento a los diferentes procesos de contratación que la entidad tenga pendiente de ejecutar. Así también se debe de realizar la evaluación financiera de tener datos exactos de como el presupuesto se está ejecutando, para en base a esto poder tomar medidas correctivas.

En esta etapa también podemos asociar al control que se debe realizar en la entidad, es por eso que vamos hacer referencia al control previo y posterior. La Norma Técnica de Control Interno de la contraloría General del Estado, establece los tipos de control. Entre ellos tenemos el control previo el aquel que debe ser ejecutado por el dignatario, funcionario, empleado y servidor público, en la cual consiste que debe efectuar un control antes de que se vaya a ejecutar la compra de bienes o servicio en la entidad. El control continuo es aquel en que las personas involucradas en todo el proceso de la compra de bienes o servicios, deben ir verificando que las diferentes etapas establecidas en los procesos de contratación se estén cumpliendo dentro de los términos y plazos convenidos hasta que se produzca la entrega final. El control posterior este control se produce una vez que ya los bienes o servicios en la entidad ya han sido recibidos, este control le compete a las unidades de auditoria interna que existe en cada institución y a la Contraloría General del Estado. Este control se lo realiza para verificar que los procesos se hayan cumplido de acuerdo a las normas establecidas.

### **Clausura y liquidación**

En esta etapa de la Clausura liquidación presupuestaria El Código Orgánico de Planificación de las Finanzas Públicas en el Art. 121 (2010). Clausura del presupuesto, los presupuestos anuales del sector público, clausuraran el 31 de diciembre de cada año, (pág. 37). En esta etapa el presupuesto en su ejecución se cierra automáticamente el 31 de diciembre, pasada de esa fecha, la institución no puede realizar compromisos, ni tampoco podrá contraer obligaciones que afecten al presupuesto que entrará en vigencia el 1 de enero del año siguiente. Si de repente existieron compromisos pactados y contratados con anterioridad y los mismos se quedaron pendientes el 31 de diciembre, estos podrán ser cancelados sin ningún problema el año el año anterior, previo su inclusión en el presupuesto del siguiente año. Si hay recursos es decir recursos económicos sobrantes del año, se pagarán con posteriormente sin afectación presupuestaria, solo con afectación contable. Ejemplo, cuentas por pagar a proveedores El Código Orgánico de Planificación de las Finanzas Públicas en el Art. 122 (2010) Liquidación. - Una vez que se produce la clausura del presupuesto pasamos a la etapa de la liquidación, que las entidades del sector público la pueden realizar desde el primer día del año, hasta el 31 de marzo del año siguiente, de acuerdo a la normativa establecida por los órganos competentes.

**Figura 2.** Fuente: Manual de Contabilidad Gubernamental



### Clasificación de los ingresos y los gastos de acuerdo a su naturaleza

El presupuesto tiene su importancia pues cubre los gastos del personal, en los bienes y servicios, para la infraestructura física como de los gastos financieros y de igual forma en la amortización de la deuda al sector público la misma que definiremos según a la publicación de Khury (2003), mencionados por (Jara & Sebastian, 2014) estableciendo por lo menos tres definiciones de sector público, y estas son:

- 1) Definición legal: el sector público incluye a las organizaciones gubernamentales y organizaciones de derecho público.
- 2) Definición financiera: además de las organizaciones antes mencionadas, el sector público incluye organizaciones privadas en gran parte financiadas con fondos públicos, incluyendo organizaciones sin fines de lucro que proporcionan educación y asistencia sanitaria.
- 3) Definición funcional: en este caso, el sector público incluye todas las organizaciones en el campo de la administración pública, la seguridad social, la ley y el orden, educación, salud, y servicios sociales y culturales, con independencia de su fuente de financiamiento y la forma jurídica de la empresa.

**Figura 3.** Fuente y elaborado: MINFIN Subsecretaría de Presupuesto

#### Evolución del Presupuesto General del Estado 2007 - 2016

(En millones de USD y porcentaje)



**Figura 4.** Fuente y elaborado: MINFIN Subsecretaría de Presupuesto

**Diferencia entre ingresos permanentes y gastos permanentes**  
(En millones de USD)



Los ingresos permanentes han sido mayores a los gastos permanentes como se observa en el gráfico cuya evolución demuestra en los últimos 6 años, la misma demuestra la efectividad de los métodos de recaudación especialmente los tributos quienes en algunos momentos forman el primer rubro de ingresos, siendo su el beneficio de un trabajo en conjunto de las entidades recaudadoras del país.

El estudio de la Proforma del Presupuesto General del Estado consideramos que nace de una proforma la misma que cumple estrictamente el mecanismo de aprobación según lo establecido en las leyes ecuatorianas, siendo para el año 2016 presupuestado en USD 29.835,10 millones, de los cuales los ingresos permanentes ascienden a USD 22.059,95 millones, que representan el 73,94%; los ingresos no permanentes se estimaron en USD 7.775,14 millones siendo el 26,06% del total.

**Tabla1:** Ingresos Totales Permanentes y No Permanentes  
PROFORMA 2016(Millones de dólares)

<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>29.835,10</b>
<b>INGRESOS PERMANENTES</b>	<b>22.059,95</b>
<b>IMPUESTOS</b>	<b>14.989,70</b>
A LA RENTA GLOBAL	4.230,39
SOBRE LA PROPIEDAD	256,53
SOBRE EL CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS ICE	832,41
AL VALOR AGREGADO NETO	6.734,25
SOBRE EL COMERCIO INTERNACIONAL	1.400,00
A LA SALIDA DE DIVISAS	1.200,00
A LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL	117,80
A LA RENTA PETROLERA	62,22
IMPUESTOS DIVERSOS	156,12
<b>OTROS INGRESOS TRIBUTARIOS</b>	<b>2.593,13</b>
TASAS POR VENTA DE BIENES Y SERVICIOS	1.861,92
RENTA DE INVERSIONES Y MULTAS	344,23
PARTICIPACIONES CORRIENTES PETROLERAS	7,37
OTROS INGRESOS	379,60
<b>CUENTA DE FINANCIAMIENTO DE DERIVADOS DEFICITARIOS CFDD</b>	<b>4.477,13</b>
<b>INGRESOS NO PERMANENTES</b>	<b>7.775,14</b>
<b>IMPUESTO TEMPORAL</b>	<b>500,00</b>
TARIFA DE SALVAGUARDIA	500,00
<b>OTROS INGRESOS NO PERMANENTES</b>	<b>678,13</b>
<b>FINANCIAMIENTO PUBLICO</b>	<b>6.597,02</b>
INTERNO	1.054,87
EXTERNO	4.803,42
CUENTAS POR COBRAR	13,73
VENTA ANTICIPADA DE PETRÓLEO	725,00

**Fuente:** Ministerio de Finanzas, Elaboración: Subsecretaría de Presupuesto

En los ingresos permanentes, los impuestos ascienden a USD 14.989,70 millones y representa el 50,24%, por

otros ingresos tributarios se proyecta un total de USD 2.593,13 millones, 8,69% y en la Cuenta de Financiamiento de Derivados Deficitarios - CFDD se registra un monto USD 4.477,13 millones con un aporte de 15,01%.

Entre los ingresos no permanentes se incluyen la tarifa de salvaguardia con un monto de USD 500,00 millones siendo este un impuesto temporal aplicable hasta junio de 2016; el financiamiento público suma USD 6.597,02 millones, de los cuales USD 5.858,29 millones corresponden a desembolsos de créditos internos y externos destinados a fomentar programas y proyectos de inversión y USD 13,73 millones provienen de cuentas por cobrar.

Dentro de un presupuesto no solo constan los ingresos, también forman parte los egresos especialmente los permanentes los mismos que se refleja en la siguiente tabla:

**Tabla 2:** Resumen de Gastos y Aplicación del Financiamiento  
PROFORMA 2016 (Millones de dólares)

GRUPO	DESCRIPCIÓN DEL GRUPO	PRESUPUESTO APROBADO 2015	PROFORMA 2016	% PARTICIPACIÓN RESPECTO A TOTAL PROFORMA	% PARTICIPACIÓN RESPECTO A LA NATURALEZA	VARIACIÓN	
						ABSOLUTA	RELATIVA
51	GASTOS EN PERSONAL	8.718,60	8.789,69	29,5%	50,5%	71,09	0,8%
53	BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	8.244,56	4.676,21	15,7%	26,9%	(3.568,35)	-43,3%
56	GASTOS FINANCIEROS	1.216,16	1.750,37	5,9%	10,1%	534,21	43,9%
57	OTROS GASTOS CORRIENTES	152,56	271,42	0,9%	1,6%	118,87	77,9%
58	TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES	2.943,09	1.925,17	6,5%	11,1%	(1.017,92)	-34,6%
<b>GASTO CORRIENTE</b>		<b>21.274,97</b>	<b>17.412,87</b>	<b>58,4%</b>	<b>100,0%</b>	<b>(3.862,11)</b>	<b>-18,2%</b>
71	GASTOS EN PERSONAL PARA INVERSIÓN	273,26	167,45	0,6%	3,8%	(105,82)	-38,7%
73	BIENES Y SERVICIOS PARA INVERSIÓN	2.251,40	1.131,12	3,8%	25,8%	(1.120,27)	-49,8%
75	OBRAS PÚBLICAS	3.666,02	1.683,29	5,6%	38,4%	(1.982,73)	-54,1%
77	OTROS GASTOS DE INVERSIÓN	2,12	0,93	0,0%	0,0%	(1,19)	-56,1%
78	TRANSFERENCIAS Y DONACIONES PARA INVERSIÓN	177,72	1.401,72	4,7%	32,0%	1.224,00	688,7%
<b>GASTO DE INVERSIÓN</b>		<b>6.370,51</b>	<b>4.384,51</b>	<b>14,7%</b>	<b>100,0%</b>	<b>(1.986,00)</b>	<b>-31,2%</b>
84	BIENES DE LARGA DURACIÓN	1.121,09	529,43	1,8%	13,6%	(591,66)	-52,8%
87	INVERSIONES FINANCIERAS	28,76	-	0,0%	0,0%	(28,76)	-100,0%
88	TRANSFERENCIAS Y DONACIONES DE CAPITAL	4.101,92	3.373,91	11,3%	86,4%	(728,02)	-17,7%
<b>GASTO DE CAPITAL</b>		<b>5.251,78</b>	<b>3.903,34</b>	<b>13,1%</b>	<b>100,0%</b>	<b>(1.348,44)</b>	<b>-25,7%</b>
96	AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA PÚBLICA	3.090,63	2.575,44	8,6%	62,3%	(515,19)	-16,7%
97	PASIVO CIRCULANTE	-	1.558,94	5,2%	37,7%	1.558,94	100,0%
99	OTROS PASIVOS	329,22	-	0,0%	0,0%	(329,22)	-100,0%
<b>APLICACIÓN DEL FINANCIAMIENTO</b>		<b>3.419,85</b>	<b>4.134,38</b>	<b>13,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>714,53</b>	<b>20,9%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>36.317,12</b>	<b>29.835,10</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>(6.482,02)</b>	<b>-17,8%</b>

Nota: Incluye Cuenta de Financiamiento de Derivados Deficitarios

Fuente: Ministerio de Finanzas – e-SIGEF, Elaboración: Subsecretaría de Presupuesto

Por la naturaleza de gasto, se contempla que el 58,4% son de gastos corrientes (permanentes), seguido por gastos de inversión 14,7% y gastos de capital 13,1% (no permanentes). Por su parte, el financiamiento público representa el 13,9%. De ahí que los egresos permanentes previstos en la Proforma Presupuestaria del Estado 2016, ascienden a USD 17.412 millones, que representa el 58,36% del total estimado de USD 29.835 millones; y, el 17% del PIB previsto para el año 2016.



Por lo que correspondiente al gastos en personal representa el **29,5%** del total presupuestado; y; bienes y servicios de consumo, 15,7% del total de proforma; en el primer caso por los recursos contemplados para cubrir las remuneraciones mensuales unificadas, especialmente del Ministerio de Educación (docentes del magisterio y docentes e investigadores universitarios) que alcanzan USD 2.475,16 millones, Ministerio de Salud (profesionales de la salud) con USD 1.347,96 millones, Ministerio de Defensa (haber militar) por USD 1.163,33 millones, Policía Nacional (haber policial) que totaliza USD 1.033,18 millones y Consejo de la Judicatura (jueces) con USD 322,88 millones; rubros que en conjunto concentran el 72% del monto de proforma del grupo; y, en el segundo caso en su mayor parte para el financiamiento de derivados deficitarios que suman USD 2.888,18 millones, además de los recursos incorporados por concepto de servicios médicos hospitalarios y complementarios (USD 197,85 millones) y aquellos necesarios para la adquisición de medicamentos (USD 167,35 millones), los cuales representan el 70% del total del grupo.

### **Conclusiones**

El presupuesto ecuatoriano tiene su propio sistema conformado por normas, leyes, principios que hacen que su realización se haga con efectividad para el logro sus objetivos, siendo que busca el bien social por lo que comparando a teorías económicas de forma conceptual será Kenesyano, pues al aportar y cubrir los gastos corrientes que en gran parte es al rubro de gastos en personal dinamiza la economía interna del país, porque ellos son el motor de entidades que cumplen funciones sociales y prioritarios como lo son la salud, educación y la seguridad en el país es decir su componente representa el 29.5% aproximadamente del total presupuestado para el año 2016, logrando la sostenibilidad del sector público siendo importante realizar adecuadamente un presupuesto tomando en cuenta todas las variables que puede producirse en el futuro.

### **Referencias bibliográficas**

- Bastidas, A., Cabrera, J., & Franco, W. (2016). Consideraciones sobre la calidad del Gasto Público. *Revista Publicando*, 553-561.
- Burbano, J. R. (2011). *Presupuesto: Enfoque de direccionamiento estratégico, gestión y control de recursos*. Mexico: McGraw-Hill, Cuarta Edición.
- Codigo Organico de de Planificacion y Finanzas Publicas. (2010). Editado por la Corporacion de Estudios y Publicaciones del Ministerio de Finanzas. Quito: Minsiterio de Finanzas del Ecuador.
- Del Rio Gonzalez, C. (2009). *El presupuesto: Generalidades, tradicional, áreas y niveles de responsabilidad, Programa y actividades, Base Cero, y asicomo teoria y práctica*. México: Cengage Learning. Decima Edición.
- Díaz, M., González, R., & Oropeza, M. Á. (2011). El proceso presupuestario en México. *Revista Universo Contábil*, 144-158.
- Jara, C., & Sebastian, U. (2014). Evolución del Sector Público Ecuatoriano Desde 1998 a 2013. *Enfoques*, 131-148.
- Medina, W., & Morocho, Z. (2015). *Contabilidad Gubernamental*. Machala: Editorial UTMACH.
- Norma Técnica de Presupuesto. (2017). Subsecretaría de Presupuesto / Dirección Nacional de Consistencia Presupuestaria. Quito: Ministerio de Finanzas.

# **Incidencia del control interno en la gestión administra de la corporación nacional de electricidad del cantón Chone, provincia Manabí**

**Rossana Dolores Tóala Mendoza**

Escuela Superior Politécnica de Manabí Manuel Félix López

**Karina Cecilia Arteaga Muñoz**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

**César Ernesto Litardo Caicedo**

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

amelyta2014@hotmail.com

## **Resumen**

El control interno se crea por la necesidad de evaluar y satisfacer la eficiencia, eficacia, razonabilidad, oportunidad y confiabilidad en la protección, y seguridad de una institución, así como para ayudar a controlar el desarrollo de sus actividades, operaciones y resultados financieros que se espera obtener en el desempeño de las funciones y operaciones de toda la institución. Además, el control interno es el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que en forma coordinada se adoptan al funcionamiento de la institución: también el control interno tiene como objetivo establecer estándares, medir su cumplimiento y evaluar el alcance real de los planes y programas, comparado con lo realmente alcanzado. Con su adopción se ayuda en la protección y salvaguarda de los bienes y activos de las empresas. Los elementos son: Establecimiento de los estándares, las normas y los mecanismos de medición, de acuerdo con los planes y programas previamente definidos. Recopilación de los resultados obtenidos y análisis de la información de los mismos. Comparación y evaluación de los resultados obtenidos contra los resultados esperados, de acuerdo con los planes previamente definidos. Retroalimentación a los planes y programas, a fin de corregir las desviaciones encontradas. La Corporación Nacional de Electricidad contribuye aportando información sobre el respectivo proceso de control interno que ellos utilizan dando a conocer que es el diseño que utilizan la implementación y el mantenimiento de los elementos que constituyen a toda la comunidad, los servicios informáticos necesarios para desarrollar las actividades.

**Palabras Clave:** eficiencia, eficacia, razonabilidad, confiabilidad.

## **Abstract**

Internal control is created by the need to assess and meet the efficiency, effectiveness, fairness, opportunity and reliability in the protection and security of an institution as well as to help manage the development of its activities, operations and financial results expected in the performance of the functions and operations of the institution. Internal control is also the plan of organization and all methods and procedures that are adopted to the functioning of the institution in a coordinated manner: also the internal control aims to set standards, measure compliance and assess the real extent of plans and programs, compared to what really reached. With its adoption will help in the protection and safeguarding of the property and assets of the companies. The elements are: establishment of standards, standards and measurement, in accordance with the plans and programs previously defined mechanisms. Compilation of the results and analysis of the information thereof. Comparison and evaluation of the results achieved against expected results, in accordance with the previously defined plans. Feedback to plans and programmes, in order to correct the deviations found. The national electricity Corporation contributes by providing information on the respective process of internal control which

they use to making known that it is the design using the implementation and maintenance of the elements that constitute the community computer services necessary to carry out the activities.

**Keywords:** efficiency, effectiveness, fairness and reliability

## **Introducción**

El control interno se constituye en el conjunto de métodos que cumplen el objetivo de prevenir posibles errores que afectan a una entidad pública. Es de relevancia mencionar que la aplicación del control interno ayuda a lograr mayor eficiencia, eficacia y transparencia en las operaciones, su aplicación brinda muchos beneficios, ayuda a establecer medidas preventivas y correctivas sobre aquellas desviaciones, delimitar funciones y responsabilidades en todos los estamentos de la entidad, adaptando normas para la protección y utilización racional de los recursos.

Cancillería (s.f) da a conocer que las normas de Control Interno para el Sector Público de la República del Ecuador constituyen guías generales emitidas por la Contraloría General del Estado, orientadas a promover una adecuada administración de los recursos públicos y determinar el correcto funcionamiento administrativo de las entidades y organismos del sector público ecuatoriano, con el objeto de buscar la efectividad, eficiencia y economía en la gestión institucional.

Por lo tanto, el control interno para que sea efectivo mantiene estructuras, clasificación, normas, los mismos que serán analizados posteriormente en este trabajo.

## **El Control Interno y sus definiciones**

El Diccionario de la Real Academia define el control como la acción y efecto de comprobar, inspeccionar, fiscalizar o intervenir. Por su parte, el control también implica comprobar e inspeccionar una cosa (control de calidad, sanidad, etc.), el control como actividad de la administración “es el proceso que consiste en supervisar las actividades para garantizar que se realicen según lo planeado y corregir cualquier desviación significativa”. (Carrillo, s.f, p.10)

El autor anterior da a conocer que existen dos tipos de control: el externo y el interno: El presente documento desarrolla aspectos relacionados únicamente con el control interno., que es un proceso integral de gestión efectuado por el titular, funcionarios y servidores de una entidad, diseñado para enfrentar los riesgos en las operaciones de la gestión y para dar seguridad razonable de que, en la consecución de la misión de la entidad, se alcanzaran los objetivos de la misma, es decir, es la gestión misma orientada a minimizar los riesgos. ( p.2)

Carrillo también establece la relación del Control Interno con el ciclo de gestión, en la que se aprecia en que toda iniciativa, empresa, proyecto, programa, entidad, etc. tenga éxito, se requiere que el control forme parte inherente del ciclo de gestión y de su mejora continua. Deming (1950) propone un ciclo de mejora continua que consiste en un proceso conformado por cuatro pilares: Planificar (Plan), Hacer (Do), Verificar (Check) y Actuar (Act), más conocido como el ciclo PDCA, que constituye la columna vertebral de todos los procesos de mejora continua. Las reglas básicas para la mejora continua que motivan el enfoque PDCA son: a. No se puede mejorar nada que no se haya controlado, b. No se puede controlar nada que no se haya medido, c. No se puede medir nada que no se haya definido d. No se puede definir nada que no se haya identificado.

Montes y López (s.f) muestran que tanto las instituciones públicas como las privadas, tienen como finalidad garantizar el buen funcionamiento de un sistema de control interno efectivo, ajustando la realidad y las necesidades impuestas en la actualidad, a pesar de que puede haber algunas irregularidades, errores o actividades

fraudulentas. El control interno está destinado a garantizar, con especial certeza y precisión, el logro de los objetivos de la organización. (p. 5)

Para Vidaurre y Cuadra (2011) el control interno procura una mejor utilización de los recursos para garantizar su aprovechamiento y uso adecuado y, asimismo, lograr una congruencia entre los objetivos y metas planteados por cada institución es que se ha creado una estrategia de la Gestión de riesgo mediante control interno. (p. 3). Prada (2016) da como conclusión que el modelo de gestión interna, donde el tratamiento estadístico de los resultados control se realiza únicamente con los datos obtenidos por el propia organización. (p.1)

La aplicación de control interno es de vital importancia dependiendo del nivel de asignación que se le dé se verán reflejado los resultados de la organización, en el que se designan responsable por áreas este es un procedimiento de realizar controles internos las instituciones.

### **Control Interno en la Administración Pública**

Ley Orgánica del Sistema Nacional de Control y de la Contraloría General de la República también ha desarrollado elementos para mejorar el desempeño institucional. En este caso, se ha implementado mecanismos que buscan controlar el uso de los recursos públicos, con los sistemas administrativos del Estado. (Ministerio de Haciendas y Administración Pública, 2016).

La norma central que regula dichos sistemas de manera general es la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo – LOPE (Ley N° 29158). Esta Ley señala que existen dos tipos de sistemas: los sistemas funcionales y los sistemas administrativos. Los sistemas funcionales, propios de división funcional del Estado, tienen la finalidad de asegurar el cumplimiento de políticas públicas que requieren la participación de las entidades del Estado. Los sistemas administrativos del Estado son definidos como el conjunto “de principios, normas, procedimientos, técnicas e instrumentos, mediante los cuales se organizan las actividades de la Administración Pública que requieren ser realizadas por todas o varias entidades de los poderes del Estado, los organismos constitucionales y los niveles de gobierno”. Estos sistemas tienen la finalidad de regular la utilización de los recursos de las entidades de la administración pública; promoviendo la eficacia y eficiencia de su uso.(Carrillo, 2014, p.19-20)

Gámez (2010) menciona que desde la década de los años ochenta del siglo XX, el debate acerca del comportamiento más o menos eficiente de las organizaciones que integran el sector público ha ocupado un lugar importante tanto en la agenda de los gobiernos como, sobre todo, en los foros de discusión académicos. En la mayoría de los países este tema ha tratado de buscar un nuevo desempeño del papel del sector público, mediante un cambio de actitud de la sociedad frente a la intervención pública, especialmente en lo que se refería a sus actividades provisoras, con un cuestionamiento de su eficacia, en un contexto en el que la mayor parte de los países desarrollados se han enfrentado al saneamiento de sus finanzas públicas.

Las normas del control interno que aplica el sector público son dictadas por la ley se rigen a ella, implementando mecanismos, asignando plan de mejoras para que los objetivos de esta organización puedan llevarse a cabo.

### **Componentes del Control Interno**

Romero (2012) da a conocer que el control interno consta de cinco componentes interrelacionados, que se derivan de la forma como la administración maneja el ente, y están integrados a los procesos administrativos, los cuales se clasifican como:

a) Ambiente de Control.

- b) Evaluación de Riesgos.
- c) Actividades de Control.
- d) Información y Comunicación.
- e) Supervisión y Seguimiento.

El control interno, consiste en un proceso multidireccional repetitivo y permanente, en el cual más de un componente influye en los otros y conforman un sistema integrado que reaccionan dinámicamente a las condiciones cambiantes. (p,6)

El control interno tiene sus respectivos componentes que se deben de poner en práctica para que todo se realice como esta ha establecido siguiendo los lineamientos como lo establece el manual del control interno

### **El Control Interno como base en la aplicación de la Auditoria**

Mantilla (2013) destaca que la auditoria del control interno es la información financiera, integrada a la auditoria de estados financiero. (p. 12)

Según Gutiérrez,Flor y Alvarado (2016) la importancia que tiene el control son varias las organizaciones que se han preocupado por adecuar la función de control, a la evolución empresarial, generando modelos de control organizacional como los siguientes:

El modelo americano COSO (Committee of Sponsoring Organizations of The Treadway Commision), patrocinado por organizaciones como la Asociación Americana de Contadores (American Accounting Association, AAA), el Institute of Certified Public Accountants, AICPA), la Asociación Internacional de Ejecutivos Financieros (Financial Executives International, FEI), la Asociación de Contadores y Profesionales Financieros (Institute of Management Accountants, IMA) y el Instituto de Auditores Internos (The Institute of Internal Auditors, IIA);

Sin embargo, no es suficiente contar con un modelo de control organizacional, se requiere adicionalmente, monitorear y evaluar de manera constante su funcionamiento y el cumplimiento de sus objetivos de forma independiente. Es allí donde entra en acción la auditoria, considerada.El control interno es un proceso, ejecutado por la alta Dirección de una organización y el personal de la empresa, diseñado específicamente con el propósito de proporcionar una seguridad razonable de conseguir básicamente tres aspectos fundamentales:

1. Efectividad y eficiencia de las operaciones.
2. Suficiencia y confiabilidad de la información financiera.
3. Cumplimiento de las leyes y regulaciones.

La labor de los auditores, en contextos modernos que varían constantemente, donde los procedimientos tradicionales a veces no resultan adecuados, porque ahora se desarrollan en un ambiente de información y comunicaciones, con tecnología que cambia aceleradamente los escenarios de las empresas, tales como: el comercio electrónico, la transferencia de datos, el uso del dinero electrónico, etc., crea la necesidad de transformar las técnicas de control, ante esta forma de innovar negocios.

Es importante e interesante pensar en nuevas formas de afrontar los procesos de auditoría, que permitan pasar de la tradicional a una digital.

En tiempo real, esto genera un gran desafío para los auditores, necesitando ajustar los diferentes procesos que se han venido manejando. (América latina y el caribe, 2014, p. 10)

De acuerdo con Gill (2014) la auditoría interna (AI) ha cobrado un papel trascendental en la regulación sobre el gobierno corporativo.

Según Santillana (2013) como piedra angular para un sólido proceso de gobierno, la auditoría interna representa el puente entre la administración y el consejo; asimismo, apuntala el clima ético y la eficiencia y eficacia de las operaciones, y apoya a la organización en el cumplimiento con reglas, regulaciones y todo lo relacionado con la práctica de negocios. La administración es responsable de establecer y mantener el sistema de control interno en la organización. El sistema de control interno (también identificado como controles internos) es aquel cuya estructura, actividades y procesos coadyuvan a lograr una administración efectiva, mitigando los riesgos que puedan entorpecer el logro de los objetivos de la organización. La administración tiene a su cargo esta responsabilidad en favor de los accionistas de la empresa, responsabilidad que se hace extensiva a otros grupos, como es el caso del consejo de administración, el comité de auditoría y las autoridades gubernamentales.

### **Como Conocer el Control Interno Para Planear la Auditoria**

Ruiz (2005) destaca que el control interno es necesario para planear la auditoría. En otras cosas incluye el conocimiento del diseño de los controles relevantes y determinar si han sido puestos en prácticas por la compañía. Al planear la auditoría este conocimiento sirve para:

1. Identificar los tipos de posibles errores
2. Examinar los factores que influyen en el riesgo de error material.
3. Diseñar pruebas de controles, cuando se apliquen.
4. Diseñar pruebas sustantivas

Al emitir un juicio sobre el conocimiento necesario del control interno, se entiende en cuenta el conocimiento relativo a los cuatro factores anteriores que se consiguió de otras fuentes, entre ellas los auditores anteriores y su conocimiento de la industria donde opera el cliente. El auditor debe considerar si se requieren o no habilidades especializadas referentes a la tecnología de información del cliente.

### **El ambiente de control**

Los auditores deben obtener suficiente conocimiento de las actitudes de los ejecutivos, de sus ideas y acciones referentes al ambiente de control. Habrán de concentrarse en la esencia de los controles, no en su forma.

### **Evaluación del riesgo**

Es necesario conocer el proceso con que el cliente identifica y responde a los riesgos del negocio. Entre otras cosas hay que determinar cómo los ejecutivos identifican estos riesgos, estiman su importancia y toman medidas para manejarlos. El conocimiento del proceso de evaluación del riesgo ayudara a los auditores a identificar los de error material, porque muchos de estos errores surgen a consecuencia de los riesgos que encaran los ejecutivos.

El proceso con que el cliente juzga el riesgo difiere del conocimiento que los auditores tienen el riesgo de auditoría en un trabajo. Este proceso tiene por objeto identificar, analizar y manejar los riesgos que afectan la capacidad de la empresa para cumplir los objetivos de los directivos. En una auditoría se determinan los riesgos con el fin de evaluar la probabilidad de que ocurran errores materiales en los estudios financieros. ( p. 15)

“La auditoría de información (AI) diagnostica la eficiencia del empleo de la información de la organización al identificar recursos informativos” (González, 2015)

Aquí el control interno cumple una función muy importante al realizar auditoría son procesos internos que se llevan a cargo por personas designadas para ese valor y mediante el control se obtendrá toda la información valiosa para llegar a un respectivo análisis sobre el diagnóstico de la institución.

### **Objetivos del Control Interno**

De acuerdo a Estupiñán (2016) entre los objetivos más relevantes se pueden mencionar los siguientes:

- Salvaguardar los activos de la organización evitando pérdidas por fraudes o negligencias.
- Asegurar la exactitud y veracidad de los datos contables y financieros, que son utilizados por la dirección para una adecuada toma de decisiones.
- Incentivar la eficiencia en el uso de los recursos
- Estimular el seguimiento de las prácticas decretadas por la gerencia
- Promover, evaluar y velar por la seguridad, calidad la mejora continua de todos los procesos en general
- Adoptar medidas de protección para los activos físicos en forma adecuada.
- Determinar lineamientos para evitar que se realicen procesos sin las adecuadas autorizaciones
- Generar una cultura de control en todos los niveles de la organización.

Principalmente el control interno se direcciona por hacer cumplir sus objetivos adoptando medidas de protección para los activos físicos en forma adecuada.

### **Integridad y Valores Éticos**

Ruiz (2005) destaca que la eficacia del control interno depende directamente de la comunicación e imposición de la integridad y los valores éticos del personal encargado de crear, administrar y vigilar los controles. Deben establecer normas conductuales y éticas que desalientan la realización de actos deshonestos, inmorales o ilegales. No serán eficaces si no se comunican a través de los medios apropiados: políticos oficiales, código de conducta y ejemplo.

Otra manera de reducir la incidencia a la conducta impropia consiste en eliminar o disminuir los incentivos y las tentaciones. Por ejemplo, los informes financieros fraudulentos a menudo surgen en situaciones donde se presionó demasiado a los empleados para cumplir metas irrealistas de desempeño. Hay mayores probabilidades de incurrir en actos reprobables cuando la compensación de los ejecutivos depende mucho del ingreso reportado. Aumenta la tentación de cometer actos inmorales cuando los controles son inadecuados o ineficaces: falta de división de obligaciones o un consejo de administración que no supervisa objetivamente a los altos ejecutivos.

Los valores éticos son la base que rige un verdadero control interno y el talento humano de la organización debe de poseer .

### **Normas Generales de Control Interno en el Sector Público**

Cancillería (s.f) aclara que este grupo de normas constituyen los criterios básicos para mantener un efectivo y eficiente control interno en las entidades del sector público. Fundamentos del Control Interno: Son normas encaminadas a lograr una adecuada administración de los recursos públicos y el correcto funcionamiento de las entidades y organismos del Estado.

### **Normas de Control Interno para Contabilidad Gubernamental**

Su finalidad es lograr la obtención de información financiera confiable y oportuna. Con estas normas se busca que la contabilidad integre las operaciones financieras, produciendo reportes y estados financieros apropiados.

### **Normas de Control Interno para Presupuesto**

Tienen por objeto establecer el control interno en las actividades relacionadas con el manejo presupuestario, se fundamentan en las disposiciones emitidas por el Ministerio de Economía y Finanzas.

### **Normas de Control Interno para Tesorería**

Su finalidad es controlar el proceso relacionado con el movimiento de tesorería, con el fin de lograr seguridad y razonabilidad en el manejo de los fondos y valores de cada entidad, evitando riesgos en la gestión.

### **Normas de Control Interno para Anticipos de Fondos y Cuentas por Cobrar**

Sirven para obtener información actualizada que permitan realizar el cobro oportuno de los valores y determinar la morosidad y fecha de caducidad.

### **Normas de Control Interno para Inversiones en Existencias y Bienes de Larga Duración**

Tienen que ver con los aspectos relacionados con el control de existencias y el registro, control, protección y conservación de los bienes de larga duración.

### **Normas de Control Interno para Deuda Pública**

Se orientan especialmente a velar por la confiabilidad de la información que administra el endeudamiento público, procurando mantener un mejor conocimiento y comprensión de este tipo de operaciones.

### **Normas de control interno para el área de recursos humanos**

Se refieren a los mecanismos que se aplicarán para la correcta administración de los recursos humanos, con el fin de lograr eficiencia y productividad en el desempeño de las funciones encomendadas al personal.

### **Normas de control interno para el área de sistemas de información computarizados**

Con estas normas se busca promover la correcta utilización de los sistemas computarizados que procesan la información que generan las entidades.

### **Normas de control interno para el área de inversiones en proyectos y programas**

Están relacionadas con la ejecución de obras públicas, tratan de regular las acciones de contratación, ejecución, recepción y liquidación de obras, así como el correspondiente control de las obras construidas por administración directa. (p. 3)

Existen muchas normas para el control interno pero estas son aplicadas dependiendo de la institución a la que se le esté realizando dicha investigación, cada organización se familiariza con los procesos internos que ellos ya tiene establecidos para realizare los respectivos controles



## Características

Las Normas de Control Interno se caracterizan por ser:

- Concordantes con el marco legal vigente, disposiciones y normativa de los Sistemas de Contabilidad Gubernamental, Presupuesto, Tesorería.
- Endeudamiento Público y con otras disposiciones relacionadas con el control interno.
- Compatibles con los Principios de Administración, las Normas de Auditoría Gubernamental emitidas por la Contraloría General del Estado y la Normativa de Contabilidad Gubernamental emitida por el Ministerio de Economía y Finanzas.
- Sencillas y claras en su presentación y referidas a un asunto específico.
- Flexibles, ya que permiten su adaptación y actualización periódica de acuerdo con las circunstancias, según los avances en la modernización de la administración gubernamental (cancillería, s.f. p 2)

El control interno se idéntica por ser muy flexible con los procesos a realizar, aportado ventajas a la actividades que se vaya a ejecutar, brindando una serie de beneficios si se lleva a cabo como lo indica el manual del control interno.

## Elementos del Control Interno

Todos los elementos que componen el control interno deben gravitar alrededor de los principios de calidad e idoneidad, entre ellos se encuentran:

Planeación, Organización, Procedimientos, Personal, Autorización, Sistema de información, Supervisión.

Los elementos que conforman al control interno son seis y se deben de aplicar en el momento de realizar las actividades propuesta, siendo una herramienta de ayuda para el logro de las tareas.

## Etapas del Control Interno

Gill (2014) da a conocer cuáles son las etapas del control interno

- Establecer parámetros para medir el rendimiento. Es una situación ideal, las metas y los objetivos establecidos en el proceso de planeación.
- Medir el desempeño. Como todos los aspectos del control, este es un proceso constante y repetitivo, dependiendo su frecuencia del tipo de actividad que se mida.
- Determinar si el rendimiento concuerda con el estándar. En muchos aspectos, este es el paso más fácil del proceso de control.
- Tomar medidas correctivas. Este paso es necesario si el desempeño no cumple con los niveles establecidos (Estándares) y el análisis indica que se requiere la intervención.

Se deben aplicar medidas correctivas o preventivas según sea el caso estableciendo el proceso dependiendo en qué etapa del control se encuentren dichas actividades tomando en cuenta en qué nivel se deben de aplicar las correcciones necesarias.

## Implementación del Sistema de Control Interno

Se deben cumplir las tres fases siguientes:

### Planificación

Se inicia con el compromiso formal de la Alta Dirección y la constitución de un Comité responsable de conducir el proceso. Comprende además las acciones orientadas a la formulación de un diagnóstico de la situación en que

se encuentra el sistema de control interno de la entidad con respecto a las normas de control interno establecidas por la CGR, que servirá de base para la elaboración de un plan de trabajo que asegure su implementación y garantice la eficacia de su funcionamiento.

### **Ejecución**

Comprende el desarrollo de las acciones previstas en el plan de trabajo. Se da en dos niveles secuenciales: a nivel de entidad y a nivel de procesos. En el primer nivel se establecen las políticas y normativa de control necesarias para la salvaguarda de los objetivos institucionales bajo el marco de las normas de control interno y componentes que éstas establecen; mientras que en el segundo, sobre la base de los procesos críticos de la entidad, previa identificación de los objetivos y de los riesgos que amenazan su cumplimiento, se procede a evaluar los controles existentes a efectos de que éstos aseguren la obtención de la respuesta a los riesgos que la administración ha adoptado.

### **Evaluación**

Fase que comprende las acciones orientadas al logro de un apropiado proceso de implementación del sistema de control interno y de su eficaz funcionamiento, a través de su mejora continua (Normas de Control interno de la Contraloría General del Estado, 2016. p 9-15)

Para implementar un sistema de control es necesario seguir procedimiento que ayudan a que este sea efectivo y está integrado por tres funcionamientos muy importantes tomando como primer punto la planificación luego la ejecución y por último la evolución.

### **Resultados y Discusión**

La entrevista se realizó al. Eco. Irving Fernando Sabando Molina en la empresa “Corporación Nacional de Telecomunicaciones” de Chone se encuentran laborando 25 personas y aporta la siguiente información.

#### **Tipos de Control que Aplica la Empresa**

La empresa CNEL aplica los siguientes tipos de control :

- Control Interno Administrativo, este tipo de control desarrolla la eficiencia el que engloba todo los planes de la organización de autorización por parte del gerente
- Control Contable, aplican este procedimiento para conocer los análisis contable de la empresa, como el control de pago y energía de recaudación personal, se ejerce tomando como base las cifras de operación presupuestadas y se les compara con las que arroja la contabilidad.

Todo este proceso se encuentra fundamentado con las nuevas tendencias de control internacionales, a través de tres pilares principales, el autocontrol, autorregulación y la autogestión.

- El Autocontrol: saben dominar todas las actividades que estén realizando teniendo un autodomínio absoluto sobre la misma, manteniendo la eficiencia y eficacia.
- La Autorregulación: La empresa CNEL establece toda las normas, reglas que están orientadas a la acción financiera y lograr la obtención de los objetivos personales
- La Autogestión: La empresa CNEL realiza la recopilación de las dos tendencias anteriores para lograr un solo objetivo en el que emplean métodos, estrategias, principalmente esta propuesta en la empresa CNEL tiene como misión que sean las propias personas que laboran en la empresa quienes puedan cumplir sus objetivos gracias a sus propios esfuerzos.

- Medidas de Control Interno que Aplica la Empresa CNEC

La empresa CNEC de Chone adoptar medidas encaminadas a evitar que los posibles conflictos de interés perjudiquen los intereses de clientes y las medidas necesarias para garantizar la continuidad y regularidad en la prestación de los servicios.

- Función de Cumplimiento: La empresa CNEC controla las medidas y procedimientos de detección de riesgo de incumplimiento de sus obligaciones
- Control Riesgos: Función que controla los riesgos en que pueda incurrir la entidad, tiene el sistema de corte y de lectura instalación de medidores
- Auditoria Interna: independiente de las demás. Procedimiento de control, sobre adecuación y eficacia de los sistemas y procedimientos de control de la misma.
- Normas del Control Interno que Aplica la Empresa CNEC
- Normas de control interno para el área de recursos humanos.En La empresa CNEC existe una área destinada al personal más conocida como el área de recursos humanos en donde se distribuye, coordinan, dirigen y estudian las actividades de los trabajadores de la empresa.
- Normas de Control Interno para el área de sistemas.Es el diseño, implementación y mantenimiento de los elementos que constituyen a toda la comunidad, los servicios informáticos necesarios para desarrollar las actividades.

Instalación y configuración de los ordenadores centrales.

Altas y bajas de usuarios.

Instalación y configuración de aplicaciones en los servidores.

Diseño y configuración de la red

### Conclusiones

- La Corporación Nacional de Electricidad de Chone cuenta con medidas de control interno muy importante las cuales hace referencia en sus actividades diarias que sirve como punto de partida para explicar la función de mecanismo y su uso en la teoría y práctica de la auditoría. Para Plasencia (2010) la conclusión más importante de su interpretación es que un sistema de control interno deberá ser planeado y nunca dejado a la casualidad o espontaneidad. también lo afirma el Jefe de Agencia del Cantón Chone, Eco. Sabando.
- El control interno es un factor clave en el logro de sus objetivos, cuenta con un equipo de trabajo muy eficiente. De acuerdo con Rivas (2011) el control interno debe ser oportuno, económico, seguir una estructura orgánica, debe tener una ubicación estratégica, revelar tendencias y situaciones.
- También cuenta con un conjunto de políticas y procedimientos establecidos ya que es una entidad con el objetivo de proporcionarles un grado de seguridad razonable. Según Tamayo (2015) los clientes reflejan la eficacia y eficiencia de las operaciones asignadas.

### Referencias bibliográficas

Aguilar, A (2016).El control interno y la guía para la implementación del sistema de control interno. Recuperado de [http://www.munitingomaria.gob.pe/mplp/sites/default/files/Sistema %20de% 20 Control %20Interno.pdf](http://www.munitingomaria.gob.pe/mplp/sites/default/files/Sistema%20de%20Control%20Interno.pdf)

América latina y el caribe (2014) Innovación en la gestión financiera pública. USA: OCDE

Cancillería, (s.f). Normas de Control Interno para el Sector Público. Recuperado de [http://cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/normas\\_control\\_int.pdf](http://cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/normas_control_int.pdf)

Carrillo, C 2014. Contraloría General de la República. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/institucional/sistema\\_de\\_control\\_interno/Marco\\_Conceptual\\_SCI.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/institucional/sistema_de_control_interno/Marco_Conceptual_SCI.pdf)

Normas de Control Interno de la Contraloría General del Estado. (2014). Control Interno. Recuperado de [http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic5\\_ecu\\_ane\\_cge\\_12\\_nor\\_con\\_int\\_400\\_cge.pdf](http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic5_ecu_ane_cge_12_nor_con_int_400_cge.pdf)

Estupiñán, R. 2016. Control Interno y Fraudes., Bogotá: Ecoe.

Gámez, I. 2010. Control interno en las áreas de aprovisionamiento de las empresas públicas sanitarias de Andalucía. (Tesis Doctoral). Universidad De Málaga. Málaga, España. P 537. Recuperado de [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4578/TDR\\_GAMEZ\\_PELAEZ.pdf?sequence=6](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4578/TDR_GAMEZ_PELAEZ.pdf?sequence=6)

Gill, E (2014) Auditoría interna y deficiencias de la información financiera en el sector bancario español, Revista de contabilidad, Scopus. Vol 18, n22 .01 Recuperado de <http://www.elsevier.es/es-revista-revista-contabilidad-spanish-accounting-review-368-articulo-auditoria-interna-deficiencias-informacion-financiera-S1138489114000302>

González, G (2015) Auditoría de información y auditoría de conocimiento: acercamiento a su visualización como dominios científicos, Revista. Scopus. Vol 26, n1. Recuperado de <http://www.acimed.sld.cu/index.php/acimed/article/view/688/453>

Gutiérrez, S; Flor, T; Alvarado, E. (2016). Base para minimizar los riesgos en ambiente empresarial moderno. UPSE, EC. Revista científica y tecnológica. Latindex. Vol. 3. P 106-112. Recuperado de <http://incyt.upse.edu.ec/revistas/index.php/rctu/article/view/203/pdf>

Mantilla, S, (2013). Auditoría del Control del Interno. Recuperado de <https://www.um.es/documents/378246/2964900/Normas+APA+Sexta+Edici%C3%B3n.pdf/27f8511d-95b6-4096-8d3e-f8492f61c6dc>

Ministerio de Haciendas y Administración Pública (2016). Auditoría de cuentas. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=bxgoDAAAQBAJ&pg=PT61&dq=auditorias+del+control+interno+2015&hl=en&sa=X&ved=0ahUKewig05Gssq7UAhXB1CYKHQA0AUcQ6AEILTAB#v=onepage&q&f=false>

Montes, A y López, M. (S.f). Análisis de los procedimientos de control interno en la sección de almacenamiento y suministro (SAA) en los municipios de la región de Tras-os. Revista Scopus, p1-27 Recuperado de [https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/8902/1/Cap\\_18\\_300\\_Analisis%20de%20los%20procedimientos.pdf](https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/8902/1/Cap_18_300_Analisis%20de%20los%20procedimientos.pdf)

Plasencia. C. (2010). El Sistema de Control Interno: garantía del logro de los objetivos. Revista Scielo. Vol 14. N. 5 Recuperado de : [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1029-30192010000500001](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192010000500001)

Prada, E. (2016). Control interno de la calidad vs control externo de la calidad. Revista Scopus, 9:54-9. Recuperado de <http://www.elsevier.es/es-revista-revista-del-laboratorio-clinico-282-articulo-control-interno-calidad-vs-control-S1888400816300071>

Romero J. (2012, Agosto 31). Control interno y sus 5 componentes según COSO. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/control-interno-5-componentes-segun-coso>

Ruiz, M. (2005). Principios de Auditoría. México: McGraw-Hill

Rivas. G. 2011. Modelos contemporáneos de control interno. Fundamentos teóricos. Revista sciel Vol 4 N 8. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148007.pdf>

Santillana, J. 2013. Auditoría interna. México.

Tamayo. P. 2015. Metodología para la integración de los sistemas de gestión organizacional. Revista Redalyc vol. 19, núm. 3en: <http://www.redalyc.org/pdf/1815/181541051005.pdf>

Vidaurre, E. Cuadra, Y. (2011). Aplicabilidad del Control Interno en el ejercicio de la Enfermería. Académica. Latindex. P 1-8 Recuperado de <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/enfermeria/article/view/3644/3549>



# RISE, herramienta tributaria creada por el SRI para regular tributos de los comerciantes informales de la Bahía en Guayaquil

**Ing. Carlos Bazurto Hidalgo, MAE**

carlos.bazurtoh@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil

**Ing. Carmen Washbrum Duque**

Universidad de Guayaquil

jazmin.washbrumd@ug.edu.ec

**Ing. Alex Duque Yépez, MsC**

Universidad de Guayaquil

alex.duqueye@ug.edu.ec

## Resumen

El presente estudio investigativo se establece como un análisis del Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano "RISE", el cual es un procedimiento mediante el cual se permite a un "Sujeto Pasivo" ser parte de forma voluntaria o de oficio, a realizar su actividad económica de forma independiente, pero contribuyendo legalmente con sus tributos al Estado. Debido a que, para efectuar una actividad económica de forma legal, todas las personas deben encontrarse dentro de una forma para declarar adecuadamente sus impuestos, el RISE surge como una alternativa para aquellos individuos que realicen actividades económicas que no superen los sesenta mil dólares al año, según lo establece la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

El RISE contribuiría con el desarrollo de las actividades comerciales de los vendedores con negocios informales en el sector de la Bahía en la ciudad de Guayaquil, para que puedan continuar expendiendo sus productos de una forma organizada y controlada por entes estatales, disminuyendo así la presencia de negocios informales en la zona. Posteriormente servirá para poder definir los aspectos en los que la aplicación del RISE les beneficiaría.

**Palabras claves:** RISE, Negocios, Régimen tributario, Independiente, Actividad Económica.

## Abstract

The present research study is established as an analysis of the Simplified Tax Regime Ecuadorian "RISE", which is a procedure by which a "Passive Subject" is allowed to be part of a voluntary or ex officio form, to carry out its economic activity in a way Independent, but contributing legally with its taxes to the State. Because, to conduct a legal economic activity, all persons must be within a form to properly declare their taxes, the RISE arises as an alternative for those individuals who carry out economic activities that do not exceed sixty thousand dollars a year, As established by the Organic Law of Internal Tax Regime. The RISE would contribute to the development of the commercial activities of vendors with informal businesses in the Bay sector in the city of Guayaquil, so that they can continue to sell their products in an organized and controlled manner by state entities, thus reducing the presence of Informal business in the area. Subsequently it will serve to define the aspects in which the application of RISE would benefit them.

**Keywords:** RISE, Business, Tax regime, Independent, Economic activity.

## Introducción

El sector de La Bahía comenzó en los años 60, cuando un grupo de vendedores informales se reunieron desde las calles 10 de agosto hasta la Alberto Reyna, esto debido a que el comercio en Guayaquil se generaba principalmente en los alrededores de estas calles por lo barcos mercantes que llegaban al malecón y los buses interprovinciales que

confluían en el parque Chile (Diario El Telégrafo, 2014).

Este sector se ha caracterizado desde sus inicios porque los clientes podían acceder a la compra de un producto sin la necesidad de entregárseles una factura, por lo que el costo de la transacción sólo era conocido por cliente y vendedor, eximiendo al Estado del tributo resultante de este intercambio comercial (Diario El Telégrafo, 2014).

De acuerdo a reportes del Servicio de Rentas Internas (SRI), el sector de La Bahía declara en promedio por año uno 558 millones de dólares, cifra que podría ser mayor si se pudiera cubrir a la totalidad de comercios existentes y más importante aún, generar una cultura tributaria, puesto que los comerciantes aún al encontrarse dentro de los lineamientos básicos que impone el SRI, podrían realizar ventas y no declararlas, lo que genera pérdidas a las arcas estatales (Diario El Telégrafo, 2014).

Es este el problema principal que se genera en este sector tan concurrido, puesto que, al no entregar comprobantes de ventas, el sector se vuelve un campo atractivo para la presencia del contrabando, puesto que se realizan transacciones comerciales que no dejan un rastro que pueda ser seguido y así comprobar la legitimidad del bien expendido.

### **Desarrollo**

El RISE surgió como una forma de simplificar los procesos realizados por las empresas para el pago de sus obligaciones tributarias como el IVA o el impuesto a la renta, valores que se convierten en mensuales para facilitar su desembolso, para así disminuir los índices de evasión tributaria en los pequeños y medianos comerciantes y mejorar la cultura tributaria en el país (Servicio de Rentas Internas, 2015).

El sector de La Bahía se ha caracterizado por su informalidad, debido en gran parte a que sus comerciantes no desean efectuar complicados trámites legales para expender los productos que ya han vendido por años sin necesidad de devengar tributos; debido a que todo ecuatoriano debe alinear sus actividades a la ley que rige en el país, el Gobierno Nacional dispuso la creación del RISE, el cual posee beneficios como la no realización de declaraciones, eliminación de las retenciones de impuestos, se obvia la obligación de llevar contabilidad, se entregan comprobantes de venta simplificados y por cada nuevo empleado que sea afiliado al IESS, el empleador podrá descontar un 5% de su cuota mensual (Servicio de Rentas Internas., 2015).

Es por esto que el RISE se constituye como una medida que genera beneficios tanto para los comerciantes del sector de La Bahía, como para el Estado, ya que permitiría que esta parte del sector económico de la ciudad de Guayaquil se incorpore a los ingresos tributarios que recaba el SRI, aumentando así los réditos económicos para el país y disminuyendo también el atractivo del sector para comercializar bienes de contrabando o falsificados.

Como objetivo de la investigación se trata de analizar de qué manera el RISE contribuye en los comerciantes informales del sector de La Bahía de la ciudad de Guayaquil.

### **Revisión literaria**

#### **El sector de la bahía**

Durante la alcaldía del Dr. Assad Bucaram se le atribuyó a este sector tres calles más, la Mejía, la General Franco y la Huayna Cápac, fue entonces cuando este sector empezó a expandirse y pasó de únicamente contar con vendedores informales a pequeños locales comerciales que ahora se han vuelto centros comerciales que aglutinan varios locales en su interior (Diario El Telégrafo, 2014).

Actualmente el sector de La Bahía comprende alrededor de 20 manzanas desde el oeste hasta el este de la ciudad de Guayaquil y se aglutina de personas cada día, en especial durante los fines de semana y épocas festivas del año

(ANDES, 2013).

En este sector de la ciudad se pueden encontrar artículos muy variados, desde un bolígrafo hasta electrodomésticos como televisores y refrigeradoras, así como prendas de vestir de distintos tipos y uno de los elementos característicos de la zona, las películas y artículos piratas. Los vendedores del sector afrontan varios problemas debido a su situación de informalidad, siendo las dos principales, el control constante de los agentes metropolitanos para retirarles la mercadería en caso de que sean encontrados laborando en zonas regeneradas de la ciudad y las incautaciones y sanciones por parte del SRI si se detecta que realizan sus actividades comerciales sin emitir comprobantes de venta.

La Bahía es blanco constante de incautaciones de productos de origen ilícito, entre los más comunes se encuentran las bebidas alcohólicas, prendas de vestir y zapatos, cigarrillos y celulares; es importante mencionar que la incautación es de carácter provisional hasta que los propietarios de los bienes justifiquen su procedencia, para esto cuentan con 30 días y si pueden hacerlo, entonces se procederá a su devolución (Diario PP el Verdadero, 2012).

### **La evasión fiscal**

Se entiende por evasión fiscal al no pago de una contribución específica, es decir, cometer una violación de la ley que dispone el pago a las entidades estatales pertinentes de los impuestos establecidos por un país (Consultorio Jurídico UNAM, 2015).

La evasión fiscal es uno de los principales problemas que atraviesa la economía de un país, perjudicando a esta en millones de dólares; en la mayor parte de los casos se produce porque las personas o empresas consideran que pagar impuestos es alguna clase de castigo y creen que no deben efectuarlo, pasando por alto que el pago de impuestos es una gran ayuda a la economía de una nación (Consultorio Jurídico UNAM, 2015). Las características de la evasión fiscal son las siguientes:

- Regularmente se asocia a otras prácticas fraudulentas.
- Se presenta junto a otros actos de corrupción
- Genera una disminución o eliminación de un tributo, debido a que hace percibir su ineficacia.
- El ilegal
- Está tipificado en varios países como un delito.

Para que se presente se requiere que la persona que lo realice carezca de valores cívicos en el momento de realizarlo.

### **Régimen impositivo simplificado ecuatoriano (RISE)**

#### **Generalidades**

El SRI es el organismo encargado del cobro de los tributos a la interna del país, en lo que respecta a personas y empresas (SRI, 2015); los impuestos que son receptados por este ente son los siguientes:

- Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- Impuesto a la Renta
- Impuesto a los Consumos Especiales (ICE)
- Impuesto sobre los Vehículos Motorizados
- Impuesto a la Salida de Divisas (ISD)
- Impuesto a las Tierras Rurales
- Impuesto a los Activos en el Exterior

El RISE es una nueva modalidad voluntaria a la que se pueden acoger profesionales o pequeñas empresas que deseen realizar los pagos del Impuesto a la Renta y del IVA mediante la cancelación de cuotas mensuales por parte de un



sector económico de la población ecuatoriana, para así poder mejorar el estado de la cultura tributaria en el país (Servicio de Rentas Internas, 2015).

Desde agosto del 2008 las personas empezaron a emplear el RISE, mediante la inscripción online y posteriormente finalizando el proceso por medio de las ventanillas del SRI; para poder acceder al RISE se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Ser persona natural.
- No contar con ingresos que superen los \$60,000 por año o en caso de encontrarse en relación de dependencia, su ingreso no debe ser mayor o igual al monto básico para el pago de Impuesto a la Renta por cada año.
- No haber sido agente de retención por al menos los últimos tres años.

Mientras que los beneficios que genera para las personas que lo acogen son las siguientes:

- Sus declaraciones son vía internet por lo que no requiere documentos físicos.
- El tener RISE no permite que le hagan retenciones de impuestos.
- Utilizan las notas de venta, las cuales son mucho más sencillos de llenar, los cuales cuentan con fecha y monto de la venta efectuada.
- No se verá obligado en llevar contabilidad.
- Por cada nuevo trabajador que sea incorporado a la nómina de la empresa y afiliado al seguro social, el empleador podrá solicitar un 5% de descuento en su cuota, teniendo un tope máximo de descuento del 50%.

Los contribuyentes del RISE deben entregar comprobantes de venta simplificados, lo que significa que son notas de venta o tiquetes generados de manera automática por implementos autorizados por el Servicio de Rentas Internas, en los cuales solo debe contar la fecha y el valor de la venta sin incluir el desglose del 12% del IVA (Servicio de Rentas Internas, 2015).

Todos los documentos emitidos sustentarán gastos y costos siempre que sean identificados dentro de estos al consumidor y el detalle del bien o servicio que sea objeto de la transacción comercial. El contribuyente del RISE se encuentra obligado en emitir y entregar comprobantes por todo valor facturado (Servicio de Rentas Internas, 2015).

### **Formas y periodos de pago**

La forma de pago que posee este régimen puede ser elegida entre mensual y anual por medio de los siguientes métodos:

- Débito automático: Es necesario que se firme un acuerdo para que la entidad bancaria debite de forma mensual la cuota del RISE que sea establecida por el SRI.
- Pago en ventanillas: Se puede pagar personalmente en las cooperativas de ahorro y bancos autorizados por el SRI, acudiendo con la cédula de identidad y especificando si es un pago mensual o anual.

Además, el pago se podrá efectuar por medio de dos modalidades, las cuales son presentadas a continuación:

- Cuota global: Los contribuyentes deben pagar en la fecha establecida la cuota actual y las de los meses posteriores.
- Cuota a la fecha: Los contribuyentes pagarán la cuota mensual y también las cuotas atrasadas más los intereses que se presenten.

En el caso de que el pago sea efectuado mensualmente, los contribuyentes se encontrarán regidos por el siguiente calendario de pagos.

**Tabla 1. Fechas de pago mensuales del RISE**

<b>Noveno Dígito del RUC</b>	<b>Fecha Máxima de Pago</b>
1	10 de cada mes
2	12 de cada mes
3	14 de cada mes
4	16 de cada mes
5	18 de cada mes
6	20 de cada mes
7	22 de cada mes
8	24 de cada mes
9	26 de cada mes
0	28 de cada mes

**Fuente:**(SRI, 2015)

### **Metodología**

En el presente trabajo investigativo se utilizaron tres tipos de métodos de investigación:

- **Método Analítico.** El método analítico toma por punto de partida el conocimiento buscado, y retrocede, suponiendo ordenes de dependencia en los que ese conocimiento está incluido, hasta lograr la conexión con cadenas deductivas que son ya conocidas y evidentes. (Caimi, 2003, pág. 39). Es el método que será utilizado en el momento del procesamiento de la información que ha sido recopilada durante la investigación del trabajo, la misma que nos permitirá extraer los elementos fundamentales para fundamentación del trabajo.
- **Método Deductivo.** “Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares”. (Bernal, 2006, pág. 56). Este método será utilizado en la elaboración de las conclusiones que nos permitirá determinar los resultados del proceso de investigación y en las recomendaciones para poder proyectarnos al futuro.
- **Método Estadístico.** “El método estadístico, dentro del método científico, consiste en una serie de pasos para llegar al verdadero conocimiento estadístico”. (García, Ramos, & Ruiz, 2006, pág. 6). Este método lo utilizamos al momento de recopilar la información para la elaboración de los resultados con la que podemos realizar la tabulación y elaboración de los cuadros estadísticos.

### **Tipo de investigación**

En el trabajo de investigación se seleccionaron diferentes tipos de investigación:

- **Investigación Documental.** Mediante la investigación documental se recopila la información de las correspondientes variables, con el objetivo de efectuar el debido análisis para diseñarlo en el marco teórico, que son las claves fundamentales para procesar la información.
- **Investigación de Campo.** Esta investigación de campo ayuda a averiguar los posibles problemas que existen al implementar el sistema y a evaluar la situación para buscar las mejores alternativas en dar solución a tiempo a los inconvenientes que se puedan presentar.
- **Investigación Explicativa.** Por medio de esta investigación se logra interpretar y entender la naturaleza de los resultados que surgirán de las encuestas, para dar un análisis que fundamentará el marco investigativo.

### **Técnicas de investigación**

Las técnicas permiten la recolección de la información por medio de los instrumentos de investigación, tales como: encuestas, entrevistas, observación entre otros (Ramírez González A., 2010).

Este trabajo de titulación utiliza la entrevista como instrumento de investigación con el objetivo de recolectar la

información oportuna para hacer factible este trabajo de titulación. La información recolectada es cuantitativa debido a que se usaron instrumentos de mediación estadísticos para llegar a una conclusión.

Encuestas. La encuesta es una de las técnicas de recolección más usadas y se realiza a un determinado grupo de personas con la fundamentación del cuestionario. La encuesta es relevante porque refleja datos trascendentales y además permite observar la reacción que se provoca en el individuo evaluado.

### Población y muestreo

#### Población

Como población y muestra se analizará el número de comerciantes que pertenecen a las asociaciones registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), de tal forma que se puedan realizar tanto encuestas como entrevistas que ayuden en el diagnóstico de la problemática de evasión fiscal. Las asociaciones identificadas son las siguientes:

**Tabla 2. Identificación de las asociaciones de comerciantes para realizar la encuesta.**

Razón social	Representante legal	Dirección	Socios
Asociación de Comerciantes Minoristas 25 de septiembre	Miguel Tomalá	Mejía 202 y Pichincha	170
Asociación de Comerciantes Minoristas Huayna Cápac	Donald Alcívar	General Franco 112 entre Eloy Alfaro y Villamil	186
Asociación de Comerciantes Minoristas 23 de septiembre	Soraya Pardo	Ayacucho entre Huayna Cápac y Chile	165
Asociación de Comerciantes Minoristas La Unión	Marisol Vargas	Malecón 2300 y General Franco	179
<b>TOTAL</b>			<b>700</b>

**Fuente:** Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

#### Muestra

Debido a que es una cantidad considerable de miembros de que conforman las asociaciones de comerciantes del sector de La Bahía, se ha procedido a efectuar una fórmula para poblaciones finitas, la cual es detallada a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{((e^2(N - 1)) + (Z^2 * P * Q))}$$

Z= Nivel de confianza (1.96)

e= Margen de error (0.05)

p= Probabilidad de éxito (0.5)

q= Probabilidad de fracaso (0.5)

N= Tamaño de la población

$$n = \frac{1.96^2 * 700 * 0.5 * 0.5}{((0.05^2(700 - 1)) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5))}$$

Luego del reemplazo de términos se obtuvo una muestra de 248 personas en las cuales se desarrollará el correspondiente estudio de campo.

#### Resultados

Los resultados obtenidos de un estudio de campo que se llevó a cabo en los comerciantes de la Bahía, con la finalidad de identificar su situación actual respecto el manejo de su negocio, en cuanto a temas tributarios, evaluar su grado de conocimiento y aceptación que tendrían de formar parte de una propuesta de capacitación para el uso del RISE como

una alternativa de control que les permita formalizar su negocio y evitar sanciones por parte de los entes reguladores.

El RISE es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

Se pueden incorporar al Régimen Simplificado a partir del 1 de agosto de 2008. La inscripción puede hacerse en cualquier oficina del SRI a nivel nacional o a través de brigadas móviles, adicionalmente se dispone del servicio de preinscripción vía Internet, luego deberá acercarse a una ventanilla exclusiva para culminar el proceso de inscripción al RISE, de esta manera disminuirá el tiempo de espera.

### **Conclusión**

El régimen impositivo simplificado ecuatoriano es uno de los dos sistemas creados con el fin de regularizar las actividades de las diversas actividades comerciales que se realizan dentro del país. Con el fin de mejorar la interacción entre los mismos y el Estado para que puedan contribuir de forma eficiente con sus obligaciones tributarias.

Uno de los principales lugares en los cuales se concentra el control tributario es el sector conocido como “La Bahía” de la ciudad de Guayaquil, la cual es considerado como uno de los mayores centros del comercio debido a su gran afluencia de visitantes, variedad de mercadería y localización estratégica en el centro de la urbe.

Una vez realizado el estudio de campo con el afán de conocer la percepción de la población objetivo, se determinó la necesidad de crear un plan de capacitación con el fin de fomentar el conocimiento de los comerciantes sobre el manejo del RISE.

El plan estratégico desarrolla se basa en las capacitaciones de los comerciantes sobre temas de su interés, contribuyendo a mejorar sus niveles de gestión administrativa, no solo para que cumplan con sus contribuciones tributarias, sino para que aumenten su rentabilidad mediante objetivos específicos vinculados al desarrollo de sus capacidades financieras.

### **Referencia Bibliográfica**

- Bernal, C. (2006). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.
- Caimi, M. (2003). DISCURSO DEL MÉTODO: Volúmen 39 of (Clásicos del pensamiento) Colihue Clásica. Argentina: Ediciones Colihue SRL.
- García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). ESTADÍSTICA EMPRESARIAL. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.
- Ramírez González A. (2010). Metodología de la Investigación Científica.
- Servicio de Rentas Internas. (2015). Régimen Impositivo Simplificado. Obtenido de . Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/230>
- SRI. (2015). INFORMACIÓN SOBRE IMPUESTOS. Obtenido de . Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/informacion-sobre-impuestos>

**CIDE**  
EDITORIAL  
Cod. 9942-8632



ISBN 978-9942-759-24-5



9789942759245