

MEMORIAS  
**VI Congreso  
Internacional de  
Investigación  
en Ciencias Administrativas**  
**TOMO I**

**FCA**





# MEMORIAS

# VI CONGRESO

## Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas

## TOMO I



Compilado por:  
Gestoría General de Investigaciones  
Facultad de Ciencias Administrativas

ISBN: **978-9978-59-176-5**

Todo el contenido de estas memorias está protegido por la ley según los derechos materiales e intelectuales del editor (Universidad de Guayaquil) y de los ponentes (autores), que participaron en el Sexto Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas Tomo I de la Universidad de Guayaquil, respectivamente.

Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones en las leyes, la producción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización de los titulares del copyright.

Guayaquil-Ecuador 2025 COMITÉ ORGANIZADOR

### **Comité Organizador**

- Johanna Rangel Saltos, Mgs. - Decana FCA
- Marco Suriaga Sánchez, Mgs. - SubDecano FCA
- José Alfredo Castro Carrasco, Ph.D. - Gestor de Investigación, FCA
- Fabiola Vargas Santos, MAE. - Analista de Investigación, FCA

### **Comité Científico Evaluador**

Encargado de garantizar la rigurosidad académica de los trabajos presentados y de coordinar la compilación y publicación del presente libro de memorias.

- Fernando Zambrano Farías – Miembro del Consejo de Investigación, FCA
- Miryam Pacheco Rodríguez – Miembro del Consejo de Investigación, FCA
- Eduardo Guzmán Barquett – Miembro del Consejo de Investigación, FCA
- Daniel Fiallo Moncayo – Miembro del Consejo de Investigación, FCA
- Luisa Herrera Rivas – Miembro del Consejo de Investigación, FCA
- Carla Andrade Arteaga – Miembro del Consejo de Investigación, FCA
- Leonardo Espinoza Roca – Miembro del Consejo de Investigación, FCA
- Edison Fernando Chiriboga – Miembro del Consejo de Investigación, FCA
- David Vera Alcívar – Docente, Universidad Internacional del Ecuador
- Pamela Crow Santos – Docente, Escuela Superior Politécnica del Litoral
- Miguel Flores Sánchez – Docente, Escuela Politécnica Nacional
- Eduardo Véliz Quinteros – Docente, Universidad de México

### **Compiladores/editores responsables.**

- José Alfredo Castro Carrasco, Ph.D. – Gestor de Investigación, FCA
- Fabiola Vargas Santos, MAE. – Analista de Investigación, FCA



|                                                                                                                                       |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Tabla de contenido.....</b>                                                                                                        | <b>5</b>  |
| <b>ECONOMIA CIRCULAR: EMPAQUES BIODEGRADABLES A BASE DE CASCARA DE NARANJA, COMO PROPUESTA DE CONCIENTIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL.....</b> | <b>10</b> |
| <i>Genesis Chang Valdiviezo</i>                                                                                                       |           |
| <i>Cindy Piedra Soriano</i>                                                                                                           |           |
| <i>Jorge Meza Clark</i>                                                                                                               |           |
| <i>Teresa Meza Clark</i>                                                                                                              |           |
| <b>ADAPTACIÓN EMPRESARIAL A LAS POLÍTICAS CLIMÁTICAS EXISTENTES: ¿CÓMO AFECTA SU SOSTENIBILIDAD? .....</b>                            | <b>16</b> |
| <i>Franklin Germán Jiménez León</i>                                                                                                   |           |
| <i>Segarra Jaime Humberto Pedro</i>                                                                                                   |           |
| <i>Franklin Raúl López Vera</i>                                                                                                       |           |
| <i>Luis Humberto Barzola López</i>                                                                                                    |           |
| <b>AGRICULTURA REGENERATIVA Y CERTIFICACIÓN VERDE EN EL MERCADO INTERNACIONAL DEL CACAO: UN ESTUDIO DE LA ZONA 5 DE ECUADOR.....</b>  | <b>24</b> |
| <i>Henry Emilio Mendoza Avilés</i>                                                                                                    |           |
| <i>Briana Arleny Maquilón García</i>                                                                                                  |           |
| <i>Fernanda Michelle Martínez Valverde</i>                                                                                            |           |
| <b>ANÁLISIS DE LA EXPORTACIÓN DE CACAO ECUATORIANO HACIA EL MERCADO ALEMÁN.....</b>                                                   | <b>32</b> |
| <i>Leonardo Roberto Espinoza Roca</i>                                                                                                 |           |
| <i>Julio Santiago Guime Calero</i>                                                                                                    |           |
| <i>Guillermo Roberto Abad Alvarado</i>                                                                                                |           |
| <i>Mónica de los Ángeles González Vásquez</i>                                                                                         |           |
| <b>ANÁLISIS DE LAS HABILIDADES BLANDAS Y SU IMPACTO EMPRESARIAL FORTALECIENDO LOS VALORES INSTITUCIONALES.....</b>                    | <b>39</b> |
| <i>Alberto Jacinto Paredes Ochoa</i>                                                                                                  |           |
| <i>Marcelo León Castro</i>                                                                                                            |           |
| <b>ANÁLISIS DE LOS MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD ENFOCADOS A ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.....</b>                         | <b>48</b> |
| <i>Keila Vilema Herrera</i>                                                                                                           |           |
| <i>Ketty Herrera Rivas</i>                                                                                                            |           |
| <i>Paola Zambrano Proaño</i>                                                                                                          |           |
| <i>Sergio Torres Quiroga</i>                                                                                                          |           |
| <b>ANÁLISIS DE RIESGOS EN LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN CON LA IMPLEMENTACIÓN DE IA EN LOS SISTEMAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE .....</b> | <b>58</b> |
| <i>Karen Lissette Estacio Corozo</i>                                                                                                  |           |
| <i>William Lenin Chenche Jácome</i>                                                                                                   |           |
| <b>ANÁLISIS DEL FINANCIAMIENTO DE LA INDUSTRIA DEL SECTOR PLÁSTICO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS. PERIODO 2020-2022.....</b>             | <b>65</b> |
| <i>Leticia Elizabeth Cedeño Piloza</i>                                                                                                |           |
| <i>Emily Geanella Muñoz Avegno</i>                                                                                                    |           |
| <i>Robert Fabian Ramírez Granda</i>                                                                                                   |           |
| <b>ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA Y EL IMPACTO EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA, PERIODO 2019 AL 2023.....</b>        | <b>74</b> |
| <i>Christian Josuepht Moreno Rodriguez</i>                                                                                            |           |
| <i>Roberto David Ochoa Reyes</i>                                                                                                      |           |
| <i>José Rafael Díaz Avelino</i>                                                                                                       |           |
| <i>Eric Hans Herrera Briones</i>                                                                                                      |           |
| <b>ANÁLISIS EMPÍRICO DE LOS PRINCIPIOS CORPORATIVOS COMPARANDO EMPRESAS DE MANUFACTURA Y DE PLÁSTICO.....</b>                         | <b>83</b> |
| <i>Alberto Jacinto Paredes Ochoa</i>                                                                                                  |           |
| <i>Kerly Nichole Manosalva Lemus</i>                                                                                                  |           |
| <i>Ítalo Omar Martillo Pazmiño</i>                                                                                                    |           |
| <i>Luis Schubert Moya Alchundia</i>                                                                                                   |           |
| <b>ESTUDIO DE CASO: ANALISIS IMPOSITIVO DEL IMPUESTO A LA RENTA UNICO EN UNA EMPRESA EXPORTADORA.....</b>                             | <b>91</b> |
| <i>Galo Mauricio Durán Salazar</i>                                                                                                    |           |

|                                                                                                                                                     |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <i>Omar Daniel Apolinario Zatizabal</i>                                                                                                             |            |
| <i>Ángel Orlando Bravo Bravo</i>                                                                                                                    |            |
| <i>Erika Sonia Quiñonez Alvarado</i>                                                                                                                |            |
| <b>APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA DE NEGOCIOS EN EL DESEMPEÑO DE LAS MIPYMES EN GUAYAQUIL, ECUADOR: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES .....</b>               | <b>99</b>  |
| <i>Jorge Merchán Riera</i>                                                                                                                          |            |
| <i>Carlos Mora Espinoza</i>                                                                                                                         |            |
| <i>Roddy Cabezas Padilla</i>                                                                                                                        |            |
| <b>CARACTERIZACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DE INNOVACIÓN EN EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE EMPRESAS FRUTÍCULAS EN ECUADOR.....</b>                          | <b>108</b> |
| <i>Walter Javier Caicedo Leones</i>                                                                                                                 |            |
| <i>Martín Luis Castillo Veloz</i>                                                                                                                   |            |
| <i>Karem Nickoll Vélez Jimenez</i>                                                                                                                  |            |
| <i>Mónica Annabelle Caicedo Leones</i>                                                                                                              |            |
| <b>CIENCIA ABIERTA Y REPRODUCIBILIDAD: ENTRE LA PRÁCTICA CIENTÍFICA Y EL ENTRENAMIENTO DE PARES.....</b>                                            | <b>115</b> |
| <i>Zulemma Julia, Bazurto Blacio</i>                                                                                                                |            |
| <i>Bryan Alberto, Revelo Yagual</i>                                                                                                                 |            |
| <i>Camille Dallyana, Carrera Franco</i>                                                                                                             |            |
| <b>COMPETENCIAS DE INNOVACIÓN EN EL SECTOR FRUTÍCULA ECUATORIANO. ANÁLISIS SITUACIONAL.....</b>                                                     | <b>122</b> |
| <i>Narcisa De Jesús Núñez Gallardo</i>                                                                                                              |            |
| <i>Melannie Nicole Borbor Núñez</i>                                                                                                                 |            |
| <i>Martín Luis Castillo Veloz</i>                                                                                                                   |            |
| <i>Luis Asencio Cristóbal</i>                                                                                                                       |            |
| <b>COMPORTAMIENTO TURÍSTICO: MOTIVACIONES Y PREFERENCIAS DE LOS VIAJEROS DE GUAYAQUIL PARA LA ELECCIÓN DE DESTINOS DE VIAJE .....</b>               | <b>130</b> |
| <i>Shirley Carolina Segura Ronquillo</i>                                                                                                            |            |
| <i>Melanie Gabriela Quezada Viteri</i>                                                                                                              |            |
| <i>Elvis Ney Alvarado Morocho</i>                                                                                                                   |            |
| <b>COMPRENSIÓN DE LA TRIBUTACIÓN Y LAS REPERCUSIONES EN LOS CONTRIBUYENTES</b>                                                                      | <b>140</b> |
| <i>Jean Steve Carrera López</i>                                                                                                                     |            |
| <b>CONSUMO DE ENERGÍA Y CRECIMIENTO ECONÓMICO EN AMÉRICA LATINA: UN ANÁLISIS CON DATOS DE PANEL.....</b>                                            | <b>146</b> |
| <i>Elisa Evelyn Toledo Macas</i>                                                                                                                    |            |
| <i>Paulina Del Cisne Chamba Troya</i>                                                                                                               |            |
| <b>CULTURA ORGANIZACIONAL IMPULSADA POR VALORES COMO PRINCIPIO FUNDAMENTAL PARA IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS SOSTENIBLES:</b>                            |            |
| <b>REFLEXIONES DESDE LA EXPERIENCIA PERSONAL Y PROFESIONAL .....</b>                                                                                | <b>153</b> |
| <i>Gabriel Francisco García Gutiérrez</i>                                                                                                           |            |
| <b>DESAFÍOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE MARCA PARA MIPYMES EN GUAYAQUIL: EL APOORTE DE LA ACADEMIA PARA SUPERAR BARRERAS.....</b>                         | <b>163</b> |
| <i>Carlos Mora Espinoza</i>                                                                                                                         |            |
| <i>Jorge Merchán Riera</i>                                                                                                                          |            |
| <i>Roddy Cabezas Padilla</i>                                                                                                                        |            |
| <b>DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR EMPRESARIAL: UN ANÁLISIS CRÍTICO.....</b> | <b>173</b> |
| <i>Luisa Herrera Rivas</i>                                                                                                                          |            |
| <i>Sócrates Haro Guanga</i>                                                                                                                         |            |
| <i>Marcos Toro Espinoza</i>                                                                                                                         |            |
| <i>Marjorie Ordoñez Guartazaça</i>                                                                                                                  |            |
| <b>DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR ASEGURADOR EN ECUADOR .....</b>                                                                                | <b>179</b> |
| <i>Patricio Edgar Buendía Noroña</i>                                                                                                                |            |
| <i>Otto Leonel Guerra Triviño</i>                                                                                                                   |            |
| <i>Jimmy Javier Jara Niveló</i>                                                                                                                     |            |
| <i>Washington Aurelio Hidalgo Hidalgo</i>                                                                                                           |            |

|                                                                                                                                             |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>DISEÑO DE ESTRATEGIA DE MARKETING DE INFLUENCERS BASADA EN UNA REVISIÓN DE LITERATURA.....</b>                                           | <b>186</b> |
| <i>Henry Nicolas Gavilanes Gómez</i>                                                                                                        |            |
| <i>Jennifer Katherine Angulo Toaza</i>                                                                                                      |            |
| <b>ECONOMÍA CIRCULAR: RECUBRIMIENTOS HIDROFÓBICOS A BASE DE ÁCIDOS GRASOS Y CERAS PARA APLICACIONES DE PAPEL.....</b>                       | <b>192</b> |
| <i>Augusta Jiménez Sánchez</i>                                                                                                              |            |
| <i>Germán Aníbal Narváez Vásquez</i>                                                                                                        |            |
| <i>Vivian Damaris Pérez Bernabé</i>                                                                                                         |            |
| <i>Génesis Valeria Viera Quinto</i>                                                                                                         |            |
| <b>MODELOS DE GESTIÓN PARA OPTIMIZAR LAS EMPRESAS FAMILIARES: ALCANCE TEÓRICO .....</b>                                                     | <b>202</b> |
| <i>Enith López Franco</i>                                                                                                                   |            |
| <i>Johanna Tutiven Campos</i>                                                                                                               |            |
| <i>Nelíer López Franco</i>                                                                                                                  |            |
| <i>Freddy Cortez Bailón</i>                                                                                                                 |            |
| <b>EFFECTIVIDAD DE LAS REGULACIONES CONTRA EL LAVADO DE ACTIVOS EN LA PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ECUADOR, 2024.....</b>      | <b>211</b> |
| <i>Erika Sonia Quiñonez Alvarado</i>                                                                                                        |            |
| <i>Solanda Esmeralda Sánchez Manzaba</i>                                                                                                    |            |
| <b>EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA TRASCENDENCIA EN LA EDUCACIÓN DEL SIGLO XXI.....</b>                                                       | <b>220</b> |
| <i>William Lenin Chenche Jácome</i>                                                                                                         |            |
| <i>Jéssica Elizabeth Posligua Espinoza</i>                                                                                                  |            |
| <i>Denisse Maricela Salcedo Aparicio</i>                                                                                                    |            |
| <b>EL EMPRENDIMIENTO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL DEL CANTÓN SANTA LUCIA PROVINCIA DEL GUAYAS.....</b>                                  | <b>227</b> |
| <i>Ana Jacqueline Haro Velastegui</i>                                                                                                       |            |
| <i>Angelica Elizabeth Borja Arévalo</i>                                                                                                     |            |
| <i>Alexandra Katherine Almache Jiménez</i>                                                                                                  |            |
| <i>Jhordan Gabriel Rodríguez Rodríguez</i>                                                                                                  |            |
| <b>EL IMPACTO DE LOS PROCESOS EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES DE GUAYAQUIL: HACIA LA EFICIENCIA TECNOLÓGICA.....</b>                    | <b>238</b> |
| <i>Roddy Cabezas Padilla</i>                                                                                                                |            |
| <i>Jorge Merchán Riera</i>                                                                                                                  |            |
| <i>Carlos Mora Espinoza</i>                                                                                                                 |            |
| <b>EL ROL DE LOS PARQUES CIENTÍFICOS EN EL AVANCE DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN ECUADOR: UN ENFOQUE HACIA LA INNOVACIÓN.....</b>              | <b>246</b> |
| <i>Edgar Enrique Villalva Cárdenas</i>                                                                                                      |            |
| <i>Giselle Lorena Núñez Núñez</i>                                                                                                           |            |
| <i>Jessica Malena Yopez Holguín</i>                                                                                                         |            |
| <i>Vivian Nicole Villalva Vásquez</i>                                                                                                       |            |
| <b>EMPRENDIMIENTOS SUSTENTABLES: UN CAMINO HACIA EL DESARROLLO RESPONSABLE.....</b>                                                         | <b>254</b> |
| <i>Yolanda Mariana García Carranza</i>                                                                                                      |            |
| <i>Janet del Consuelo Bonilla Freire</i>                                                                                                    |            |
| <b>ESPACIOS COMPARTIDOS, RECURSOS OPTIMIZADOS: LA CONEXIÓN ENTRE COWORKING Y ECONOMÍA CIRCULAR EN EMPRESAS DE SERVICIOS EN ECUADOR.....</b> | <b>260</b> |
| <i>Maria Elena Guevara Toscano</i>                                                                                                          |            |
| <i>Maria Elena Salazar Guevara</i>                                                                                                          |            |
| <b>ESTRATEGIAS DE MARKETING EXPERIENCIAL PARA EL DESARROLLO DE UN TURISMO SOSTENIBLE EN LA PARROQUIA ANCÓN.....</b>                         | <b>268</b> |
| <i>Arelis Fransua Banguera Intriago</i>                                                                                                     |            |
| <i>Maytte Nicole Vínces Delgado</i>                                                                                                         |            |
| <i>Franklin Javier González Soriano</i>                                                                                                     |            |
| <i>Carmen Imelda Rugel Torres</i>                                                                                                           |            |
| <b>SOSTENIBILIDAD ADUANERA: EVOLUCIÓN, TEMAS DE TENDENCIA Y MAPA TEMÁTICO CON ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO.....</b>                               | <b>277</b> |
| <i>Timmy García Carpio</i>                                                                                                                  |            |

|                                                                                                                                                                      |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <i>Alberto Galarza Hernández</i>                                                                                                                                     |            |
| <i>Nayeli Carpio Suárez</i>                                                                                                                                          |            |
| <i>Tahís Auqui León</i>                                                                                                                                              |            |
| <b>ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS EN EL SECTOR PÚBLICO PARA MITIGAR EL IMPACTO DEL CRIMEN ORGANIZADO EN ECUADOR.....</b>                                                | <b>282</b> |
| <i>María Gabriela Cueva-Jiménez</i>                                                                                                                                  |            |
| <i>Julio Maximiliano Bolagay Larrea</i>                                                                                                                              |            |
| <b>ESTRATEGIAS DE E-TOURISM PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA HOSPITALIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, 2024.....</b>                                              | <b>291</b> |
| <i>Keila Vilema Herrera</i>                                                                                                                                          |            |
| <i>Ketty Herrera Rivas</i>                                                                                                                                           |            |
| <i>Steven Vilema Herrera</i>                                                                                                                                         |            |
| <i>Soraya Triviño Bloisse</i>                                                                                                                                        |            |
| <b>ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE LAS PYMES EN EL SECTOR DE LA BAHIA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.....</b>                                     | <b>297</b> |
| <i>Rosa Elizabeth Molina Izurieta</i>                                                                                                                                |            |
| <i>Edgar Enrique Villalva Cárdenas</i>                                                                                                                               |            |
| <i>Vivian Nicole Villalva Vásquez</i>                                                                                                                                |            |
| <i>Luisana Narcisa Molina Izurieta</i>                                                                                                                               |            |
| <b>ESTRATEGIAS DISRUPTIVAS PARA LA COMPETITIVIDAD: USO DE REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES EN LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EDUCATIVO.....</b>                   | <b>307</b> |
| <i>Cynthia Katherine Icaza Cárdenas</i>                                                                                                                              |            |
| <i>Christian Josué Riquero Pincay</i>                                                                                                                                |            |
| <b>ESTRATEGIAS PARA POTENCIAR LA SOSTENIBILIDAD Y CRECIMIENTO DE LAS PYMES: CASO DE ESTUDIO LANA PLUS.....</b>                                                       | <b>314</b> |
| <i>Vivian Nicole Villalva Vásquez</i>                                                                                                                                |            |
| <i>Edgar Enrique Villalva Cárdenas</i>                                                                                                                               |            |
| <i>Luis Andrés López Molina</i>                                                                                                                                      |            |
| <i>Marco Antonio Villalva Cárdenas</i>                                                                                                                               |            |
| <b>INCIDENCIA DEL CONFLICTO RUSIA- UCRANIA DENTRO DEL MERCADO DE ACEITES COMESTIBLES EN EL ECUADOR.....</b>                                                          | <b>323</b> |
| <i>María Eugenia Jiménez Cercado</i>                                                                                                                                 |            |
| <i>Ronald Antonio Ríos Castaño</i>                                                                                                                                   |            |
| <i>Verónica Silva Ortega</i>                                                                                                                                         |            |
| <i>Pedro Huacón Cruz</i>                                                                                                                                             |            |
| <b>ESTUDIO ESTADÍSTICO DEL IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE MEJORAS AL PROCESO PRODUCTIVO DE ENLASA-ECUADOR.....</b>                                                      | <b>327</b> |
| <i>Daniel Humberto Mosquera Molina</i>                                                                                                                               |            |
| <i>Anthony Xavier Vínces Pilay</i>                                                                                                                                   |            |
| <b>EVALUACIÓN DE LA EFICACIA DEL MODELO DE INTERNACIONALIZACIÓN UPPSALA EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL: UN ESTUDIO DE VALIDACIÓN DE CASOS PRÁCTICOS.....</b> | <b>335</b> |
| <i>Néstor Leonardo Plaza Rodas</i>                                                                                                                                   |            |
| <i>Mayra Elizabeth Moreno Espinoza</i>                                                                                                                               |            |
| <b>FACTORES SOCIO-CULTURALES DE LA ETNIA AFRO ECUATORIANA DENTRO DEL PROCESO EMPRENDEDOR.....</b>                                                                    | <b>343</b> |
| <i>María del Pilar Viteri Vera</i>                                                                                                                                   |            |
| <i>Carmen Imelda Rugel Torres.</i>                                                                                                                                   |            |
| <i>Dolores Ortiz Guevara</i>                                                                                                                                         |            |
| <i>Mai Ling Sión Morán</i>                                                                                                                                           |            |
| <b>FINTECH EN ECUADOR EN PROCESO DE DIGITALIZACIÓN FINANCIERA.....</b>                                                                                               | <b>349</b> |
| <i>Raquel Narcisa Vera Ortega</i>                                                                                                                                    |            |
| <i>Victoria Elizabeth Vera Ortega</i>                                                                                                                                |            |
| <i>Angel Marcel Plaza Vargas</i>                                                                                                                                     |            |
| <b>FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE LOS EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES DEL COMERCIO INTERNACIONAL DEL CACAO EN ECUADOR: UNA MIRADA SOCIOECONÓMICA Y AMBIENTAL .....</b>       | <b>359</b> |
| <i>Daniela Solanda Reyes Sánchez</i>                                                                                                                                 |            |
| <i>Fernando José Zambrano Farias</i>                                                                                                                                 |            |

|                                                                                                                                  |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS, POLÍTICAS PÚBLICAS Y LA MITIGACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN DEL RÍO DAULE, AÑO 2024.....</b> | <b>366</b> |
| <i>Luis Gerardo Santillán López</i>                                                                                              |            |
| <i>Eber Gines Tafur</i>                                                                                                          |            |
| <b>HABILIDADES DIRECTIVAS, ESTILO DE LIDERAZGO DELEGADOR: BAJA DIRECCIÓN - BAJO APOYO.....</b>                                   | <b>377</b> |
| <i>Daniel Ortiz-Luzuriaga</i>                                                                                                    |            |
| <i>María Tamara Ortiz-Luzuriaga</i>                                                                                              |            |
| <i>Mónica Elizabeth Zambrano-Moreira</i>                                                                                         |            |
| <i>Andrea Álvarez-Maldonado</i>                                                                                                  |            |
| <b>IMPACTO DE LA ECONOMÍA CIRCULAR Y REDUCCIÓN DEL CARBONO EN EMPRESAS ECUATORIANAS, CASO DE EJEMPLO.....</b>                    | <b>383</b> |
| <i>Dora María Velarde Arana</i>                                                                                                  |            |
| <i>Sara Elena Fariño Velarde</i>                                                                                                 |            |
| <i>Solanda Esmeralda Sánchez Manzaba</i>                                                                                         |            |
| <b>IMPACTO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL: REDEFINIENDO EL PANORAMA DE LAS MIPYMES.....</b>                                       | <b>393</b> |
| <i>Jorge Merchán Riera</i>                                                                                                       |            |
| <i>Roddy Cabezas Padilla</i>                                                                                                     |            |
| <i>Carlos Mora Espinoza</i>                                                                                                      |            |
| <b>IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN LA AGROINDUSTRIA Y SU INFLUENCIA EN EL COMERCIO EXTERIOR DEL ECUADOR.....</b>                     | <b>401</b> |
| <i>Rafael Emiliano Apolinario Quintana</i>                                                                                       |            |
| <i>Martha Graciela Rodríguez Donoso</i>                                                                                          |            |
| <i>Víctor Hugo Briones Kusactay</i>                                                                                              |            |
| <i>Mario Wilfrido Mata Villagómez</i>                                                                                            |            |

## ECONOMIA CIRCULAR: EMPAQUES BIODEGRADABLES A BASE DE CASCARA DE NARANJA, COMO PROPUESTA DE CONCIENTIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL

### CIRCULAR ECONOMY: BIODEGRADABLE PACKAGING BASED ON ORANGE PEEL, AS A PROPOSAL FOR ENVIRONMENTAL AWARENESS

*Genesis Chang Valdiviezo, Cindy Piedra Soriano, Jorge Meza Clark, Teresa Meza Clark*

*1Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

La investigación tuvo como objetivo conocer la aceptación del empaque Biodegradable (funda) en el mercado de la ciudad de Guayaquil, como parte de la concientización medioambiental. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, con alcance fue exploratorio – descriptivo, el diseño fue no experimental transversal, la población de estudio fueron los habitantes de la ciudad de Guayaquil, se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, la técnica de recolección de datos, fue la encuesta, como instrumento se usó un cuestionario en línea bajo la herramienta de Google Forms, el levantamiento de la data se realizó el tres y cuatro de julio del 2024, los datos fueron codificados y procesados por medio del Software Estadístico SPSS. Los resultados evidenciaron que existe un alto nivel de aceptación de las fundas biodegradables en la ciudad, sin embargo los encuestados consideran al precio como un gran influenciador en la decisión de compra, debido a que no están dispuestos a pagar un valor elevado por el producto biodegradable, además se pone de manifiesto que, a pesar de existir conciencia medioambiental en la ciudad, aún persisten barreras que impiden a los consumidores adoptar hábitos de consumo sostenibles. Por tanto, se concluye que la conciencia medioambiental está presente en el consumidor, pero su efectividad dependerá de múltiples factores, tales como las políticas públicas, la educación y el marketing sostenible que son herramientas clave para fomentar un cambio positivo en los hábitos de consumo.

**Palabras clave:** Economía circular, empaques biodegradables, conciencia medioambiental

#### Abstract

The objective of the research was to know the acceptance of Biodegradable packaging (case) in the market of the city of Guayaquil, as part of environmental awareness. The methodology used was a quantitative approach, with an exploratory - descriptive scope, the design was non-experimental cross-sectional, the study population was the inhabitants of the city of Guayaquil, non-probabilistic convenience sampling was used, the data collection technique was the survey, as an instrument an online questionnaire was used under the Google Forms tool, the data collection was carried out on July 3 and 4, 2024, the data was coded and processed through the Statistical Software SPSS. The results showed that there is a high level of acceptance of biodegradable bags in the city, however, respondents consider price as a major influencer in the purchasing decision, because they are not willing to pay a high price for the biodegradable product. It also shows that, despite the existence of environmental awareness in the city, there are still barriers that prevent consumers from adopting sustainable consumption habits. Therefore, it is concluded that environmental awareness is present in the consumer, but its effectiveness will depend on multiple factors, such as public policies, education and sustainable marketing, which are key tools to promote a positive change in consumption habits.

**Keywords:** Circular economy, biodegradable packaging, environmental awareness

## Introducción

La Revolución Industrial trajo consigo un modelo económico lineal basado en la explotación y aceleración de los recursos naturales, se caracterizó por la extracción masiva de materias primas, su consumo inmediato y la rápida eliminación de los productos finales, no teniendo en cuenta las repercusiones que se originan a largo plazo en el medio ambiente, este proceso de descomposición libera sustancias tóxicas que ocasionan una serie de daños, quedan como resultado un ciclo de degradación medioambiental que afecta gravemente los ecosistemas, aumentando así los niveles de contaminación a escala global.

En ciudades como Guayaquil, este problema aumenta de forma significativa debido al consumo masivo de empaques no biodegradables, causados por la falta de conciencia medioambiental de sus habitantes, lo que representa un desafío importante al buscar el reemplazo a estos empaques tradicionales por opciones más sostenibles.

Ante ello nace la Economía Circular cambiando el paradigma con una visión de cierre de ciclo, con la utilización de recursos naturales, así como lo expone Aponte (2022), que dicho capital natural influye en la economía, cuando es proporcionado insumos de producción tales como los productos en forma de

residuos y eliminar los desechos del sistema (pp. 20-22). Además, según Arnedo et al., (2020) indica que este nuevo modelo se considera como una oportunidad fundamental para mejorar las actividades económicas y una fuente importante de generación de empleo, permitiendo la creación de valor en los negocios actuales.

Con ello, la economía circular, busca reutilizar y dar nueva vida a los materiales biodegradables, y a su vez, según López y Villajos (2020), mencionan que el intensificar acciones de esta índole permiten aumentar el uso de productos sostenibles que no generen efectos nocivos a la atmósfera, ya que, culminando su ciclo de vida, se reintegran a la naturaleza, beneficiando así al medio ambiente (p. 14). Es por ello que se propone fomentar el consumo masivo de este tipo de productos.

Como respuesta a esta necesidad, salen al mercado los empaques biodegradables mismos que juegan un papel importante para la economía circular, debido que al descomponerse naturalmente mediante la acción de microorganismos como bacterias y hongos, dan al ciclo de vida un tinte más responsable. Los empaques biodegradables, según Riofrio et al. (2019), al ser empleados en la vida cotidiana pueden ser usados como recipientes para proteger alimentos y a su vez como bolsas de un solo uso (p. 5),

siendo un medio de reemplazo a los plásticos convencionales, generando aportes en el ámbito económico y social al fomentar la creación de nuevos mercados, aportando a la generación de empleos.

De acuerdo con Rivera (2019), a causa del incremento de la sensibilización de los consumidores, las empresas encargadas de fabricar este tipo de productos continúan en la búsqueda de producir envases y empaques en los que se empleen materiales orgánicos biodegradables (p. 6). Tal como lo muestra la Tabla 1.

**Tabla 1**

**Tipos empaques / Productos biodegradables.**

**Tipos de Empaques biodegradables - Descripción**

**Ruiz, (2020)** manifiesta que, las botellas de agua biodegradable con una semilla alojada en su tapón son elaborada con papel reciclado que cuenta con un forro impermeable en su empaque, creada a base de plantas. Los colores en su estampado son a base de tintas biológicas y cuenta con un tapón de metal que se degrada de forma natural en el ambiente.

**Leguizamó, (2020)** indica que los recipientes biodegradables a partir de Bagazo de caña, son productos creados con celulosa del bagazo de caña de azúcar que son empleados como empaques de papel y cartón cuya funcionalidad es el control de plagas. Entre sus características está la dureza, estabilidad y brillo.

**Anaya et al., (2021)** expone que estas esponjas ofrecen beneficios para la salud y el cuidado de la piel al ser elaboradas a base de una planta de Luffa, misma que fue cultivada sin emplear productos químicos en su proceso de crecimiento. Pueden ser usadas tanto en el ambiente húmedo y seco, contando con una vida útil de entre 5 a 7 meses aproximadamente.

**Santos (2024)** menciona que el papel biodegradable a base de plátano se elaboró mediante el empleo de la celulosa del vástago como materia prima. Este papel contiene características mecánicas y físicas tales como resistencia, brillo y pureza, siendo utilizado para diversas funciones tales como la copia de imágenes, escritura y también para bolsas de alimentos.

**López et al., (2024)** afirma que las vajillas desechables con recubrimiento impermeable biodegradable a base de hojas de origen vegetal son productos creados a base de hojas naturales de biomasa vegetal, en la que se empleó un papel impermeable para la protección de los alimentos, mismos que no generan ningún tóxico al degradarse. Entre sus características está la dureza y resistencia y a su vez el material impermeable que se utilizó en su elaboración permite la conservación de alimentos fríos y calientes.

**Nota:** elaborada por autores



Como se puede observar en la Tabla 1 existen varias iniciativas de elaboración de empaques biodegradables, con lo cual se busca promover las prácticas sostenibles.

### 1.1. Empaques biodegradable a base de cascara de naranja.

De acuerdo con Garavito (2021), los empaques (fundas) biodegradables se caracterizan por la capacidad de su estructura de mineralizarse con la ayuda de microorganismos a corto plazo, convirtiéndose en una opción viable a la sostenibilidad (p. 2). Las características de los empaques en referencia a Garavito (2021) expresa que: posee resistencia mecánica, dado que su material se destaca en soportar condiciones variables como la temperatura, humedad, almacenamiento y transporte del producto.

Además, es adaptable a diferentes formas y tamaños de los objetos, es decir, son lo suficientemente prácticas para mantener protegidos los productos en su interior, ya sea alimentos o algún otro artículo, dado que su versatilidad permite el uso ventajoso para los consumidores. Por último, cuenta con una protección de permeabilidad de vapor de agua y superficie más duradera, actuando a favor de la conservación del producto y de los artículos que lleguen a introducirse, sin alterar su proceso de biodegradabilidad. Estas

características representan una solución responsable que permite reducir el impacto medioambiental, además de impulsar al consumidor a cambiar sus hábitos de consumo, mediante el empleo de prácticas más sostenibles que minimicen los daños causados por la contaminación de productos convencionales, generando en ellos una conciencia medioambiental.

### 1.2. Conciencia medioambiental

De acuerdo con Peattie (2010), la conciencia medioambiental del consumidor implica la consideración del impacto ambiental de los productos y servicios que se adquieren, así como un esfuerzo por reducir su huella ecológica.

Los consumidores conscientes buscan productos que sean respetuosos con el medio ambiente, a menudo optando por alternativas que utilicen recursos renovables, menos energía o que tengan una producción menos contaminante. Además, los usuarios están dispuestos a asumir conductas colectivas o individuales que benefician al medio ambiente, comprometiéndose a buscar soluciones ante los problemas del ecosistema.

Para otros autores, la conciencia medioambiental del consumidor se refiere al grado en que los individuos consideran las implicaciones ambientales de sus decisiones de

compra y consumo, Este fenómeno ha cobrado relevancia en las últimas décadas, impulsado por la creciente preocupación por la degradación ambiental y el cambio climático, tal como lo subrayan Boulstridge y Carrigan (2000), que un enfoque colaborativo entre consumidores, empresas y gobiernos es esencial para avanzar en la concientización medioambiental del consumidor, con lo cual se logrará un futuro más sostenible.

La Universidad de Guayaquil, Facultad de Ingeniería Química desarrolló un empaque de funda biodegradables a base de cáscara de naranja, con las características antes mencionadas, este empaque fue desarrollado como parte del proyecto denominado "Polímeros naturales con propiedades antimicrobianos", Además como parte integrante del proyecto la Facultad de Ciencias Administrativas mediante un grupo de tesis y profesores investigadores desarrollaron una investigación de mercado a fin de conocer la aceptación de este nuevo producto en el mercado de la ciudad de Guayaquil, como parte de la concientización medioambiental.

### 2. Metodología.

El enfoque de la investigación fue cuantitativo, el alcance fue exploratorio – descriptivo, el diseño fue no experimental transversal, la población

objeto de estudio fueron los habitantes de la ciudad de Guayaquil, para lo cual se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, la técnica de recolección de datos, fue la encuesta, como instrumento se usó un cuestionario en línea bajo la herramienta de Google Forms, el levantamiento de la data se realizó el tres y cuatro de julio del 2024, los datos fueron codificados y procesados por medio del Software Estadístico SPSS, obteniendo una fiabilidad de 0.815, misma que demostró que el instrumento fue altamente confiable.

### 3. Resultados

La investigación arrojó los siguientes resultados mismos que a continuación se exponen.

**Tabla 2**  
**Hallazgo en el indicador Producto – Tamaño y Forma.**

| Variable                       | Hallazgo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Empaques biodegradables</b> | Con respecto a la presentación del producto biodegradable se evidenció que 81.1% de los encuestados se encuentra dispuesto a realizar cambios en su vida cotidiana y a su vez contribuir con el medio ambiente, por medio de la adopción de opciones sostenibles, como la utilización de fundas biodegradables, lo que coincide con Kotler (2013) refiere que el producto es el bien que satisface las necesidades de los consumidores. Coincidiendo con Ramírez (2024), afirmando que dicha satisfacción se logra empleando diversas características y cualidades en el producto. Además, están interesadas en emplearlas haciéndolas parte de su día a día y no solo en alguna situación en específico. A su vez, en el indicador tamaño y forma, los autores Pérez y Viera (2023) mencionan que estas fundas pueden ser utilizadas para múltiples funciones. Por ello, los encuestados prefieren que cuenten con un tamaño considerable para que los productos que adquieran se mantengan protegidos, mismo que Pérez y Viera (op. cit) indican que dichas fundas son adaptables a todo tipo de productos y por tanto brinda la protección necesaria. |

**Nota:** elaborada por autores

**Tabla 3**  
**Hallazgo en el indicador Plaza – Precio**

| Variable                       | Hallazgo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Empaques biodegradables</b> | En cuanto al indicador plaza, se pudo obtener que, el 79.6% de la población encuestada se inclinó hacia las fundas biodegradables, pero bajo la expectativa de que éstas puedan ser fácilmente accesibles y que no se requiera de ningún esfuerzo adicional para encontrarlas en el mercado, lo que coincide con el autor Kotler (op. cit) al manifestar que se requiere de una distribución adecuada para que los productos puedan llegar al consumidor, lo que es reforzado por Cruz (2022), al indicar que la plaza garantiza que dicho producto se encuentre disponible para que los clientes puedan acceder a ellos sin problema alguno, satisfaciendo así sus necesidades.<br>En el indicador precio se pudo denotar que a pesar de su valoración hacia estos productos, su elección ante el precio fue el valor más bajo, considerado en el rango de \$0,50 a \$0,75, sustentando en el autor Kotler (op. cit) al manifestar que éste se encuentra basado según la disposición a pagar por parte del cliente, coincidiendo con Rles y Trout (2017 citado por Izquierdo et al., 2020), en que el valor monetario incide en la forma en que los consumidores perciben el producto. Por ende, si estas fundas se encuentran en el mercado, ellos optarían por comprarlas bajo un precio conveniente. |

**Nota:** elaborada por autores

**Tabla 4**  
**Hallazgo en el indicador Producto – Permeabilidad.**

| Variable                       | Hallazgo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Empaques biodegradables</b> | En el indicador producto se obtuvo que el 73.5% muestran un fuerte interés en utilizar fundas biodegradables considerando su tiempo de degradación no mayor a un año para la reducción de desechos, como lo afirma Aponte (2022) afirma que, en relación con la economía circular, estos productos es posible reducir la cantidad de desechos que se acumulan en los vertederos. A su vez, en el indicador de permeabilidad, indicaron que les gustaría un tiempo de vida útil que oscile de 10-12 meses, buscando un equilibrio entre la sostenibilidad y lo práctico de la funda. |

**Nota:** elaborada por autores

**Tabla 5**  
**Hallazgo en el INDICADOR TAMAÑO y Forma - Resistencia Mecánica.**

| Variable                       | Hallazgo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Empaques biodegradables</b> | En el indicador tamaño y forma, se obtuvo que el 82.7% está considerando utilizar productos biodegradables, pero bajo condiciones específicas, como son: un tamaño considerable para su fácil transportación de los objetos, y realizar sus compras rutinarias. En lo que respecta al indicador de resistencia mecánica, el autor Garavito (op. cit), indica que se caracteriza por la capacidad de soportar en condiciones alterables como la temperatura, humedad, almacenamiento y transporte del producto. Por tanto, valoran la versatilidad de las fundas, puesto que requieren que cuente con protección para todo tipo de objetos y a su vez, que pueda permanecer intacta en el caso de mojarse, manteniendo protegidos los objetos en su interior. |

**Nota:** elaborada por autores

**Tabla 6**  
**Hallazgo en la caracterización de la muestra (conciencia medio ambiental).**

| Variable                       | Hallazgo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Empaques biodegradables</b> | <b>Conciencia Medioambiental</b><br>¿Apuesta por el cuidado del medio ambiente?<br>¿Utiliza fundas biodegradables?<br>En base a las características de la muestra, se pudo observar que el 82.55% de la población consideran importante el cuidado del medio ambiente. Sin embargo, el 31,12% han indicado que no utilizan fundas biodegradables, evidenciándola ausencia de conciencia medioambiental y el desconocimiento de las ventajas de usar productos biodegradables, así como lo indica autor Ramírez (op. cit), refiriéndose a la importancia que se debe tener al transmitirle a los consumidores acerca de los beneficios que conlleva el empleo de productos biodegradables, como un medio para satisfacer sus necesidades. |

**Nota:** elaborada por autores

**Tabla 7**  
**Hallazgo en el indicador Precio – Plaza.**

| Variable                       | Hallazgo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Empaques biodegradables</b> | En el indicador precio, se evidenció que el consumidor exige varias cualidades de calidad en el producto, pero que está dispuesto a pagar un valor mínimo en su precio, dado que dicho monto está al alcance de su presupuesto, donde Rles y Trout (op. cit), explica que se debe encontrar un punto intermedio entre la calidad y la accesibilidad del producto. Por ello, en el indicador plaza en lo que refiere a la última pregunta, mencionaron que les gustaría que sean obsequiadas por las grandes empresas o tiendas que frecuentan, siendo las que predominan los supermercados y tiendas de autoservicios con el 76% seguido de los mercados y ferias locales con 38,8%. |

**Nota:** elaborada por autores

**4. Conclusiones**

Se concluye que existe un alto nivel de aceptación hacia las fundas biodegradables en la ciudad de Guayaquil. Sin embargo, a pesar de su acogida favorable, consideran al precio como un gran influenciador en la decisión de compra, debido a que no están dispuestos a pagar un valor elevado por el producto biodegradable, y solo elegirán si el precio está acorde a su presupuesto, además se pone de manifiesto que, a pesar de existir conciencia medioambiental en la ciudad, aún persisten barreras que impiden a los consumidores adoptar hábitos de

consumo sostenibles, entre ellas la falta de confianza en las afirmaciones ambientales lo que provoca apatía causando desmotivación al momento de adquirir estos productos a un precio más elevado de lo usual.

Finalmente se puede aseverar que la conciencia medioambiental del consumidor está presente, pero su efectividad depende de múltiples factores, tales como las políticas públicas, la educación y el marketing sostenible que son herramientas clave para fomentar un cambio positivo en los hábitos de consumo.

## Referencias

- Anaya, F., Coral, P., Cruzado, B., Pizarro, F., & Vivas, D. (2021). SALUFFA - Esponjas para el cuidado de la piel. Repositorio de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/655660>
- Aponte, G. (2022). Panorama internacional de la economía circular a través del análisis de la producción científica y tecnológica: International overview of the circular economy through the analysis of scientific and technological production. *Tekné*, 25(1), 18–30. <https://revistasonlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/tekhne/article/view/5419>
- Arnedo, R., Jaca, C., & León, C. (2020). Guía práctica para implementar la economía circular en las Pymes. Madrid: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación. <https://elibro.net/es/ereader/uguayaquil/161633>
- Boulstridge, E., & Carrigan, M. (2000). Do consumers really care about corporate social responsibility? *Journal of Communication Management*, 4(4), 355-368.
- Garavito, N. (2021). Evaluación de sistemas de empaque biodegradables con atmósferas modificadas en equilibrio para frutos de uchuva (*Physalis peruviana* L). Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/80649>
- López, A., & Villajos, E. (2020). Economía Circular y Bioeconomía. La economía circular como modelo para un sistema económico sostenible.
- López, J., Hurtado, N., & Molina, J. (2024). Obtención de un material biodegradable impermeable para su utilización en vajilla desechable. Repositorio de Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/41000>
- Onyeaka, H., Obileke, K., Makaka, G., & Nwokolo, N. (2022). Current Research and Applications of Starch-Based Biodegradable Films for Food Packaging. *Polymers*, 14(6), 16. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/polym14061126>
- Peattie, K. (2010). Green consumption: Behavior and norms. *Annual Review of Environment and Resources*, 35, 195-228.
- Riofrío, C., Oviedo, C., & Navarro, D. (2019). Importancia de Productos Biodegradables en Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/productos-biodegradables-ecuador.html>
- Rivera, C. (2019). Los empaques biodegradables, una respuesta a la conciencia ambiental de los consumidores. *Realidad Empresarial*. <https://doi.org/https://doi.org/10.5377/reuav0i7.7830>
- Ruiz, M. (2020). Semillas de vida: botella de agua biodegradable con una semilla alojada en su tapón. Repositorio de Universidad de Valladolid - Escuela de Ingenierías Industriales. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/45105>
- Santos, G. (2024). Propuesta para la elaboración de papel biodegradable a partir de la planta de plátano en Procol S.A.S por medio del método a la Sosa. Repositorio de Fundación Universidad de América. <https://hdl.handle.net/20.500.11839/9434>

## ADAPTACIÓN EMPRESARIAL A LAS POLÍTICAS CLIMÁTICAS EXISTENTES: ¿CÓMO AFECTA SU SOSTENIBILIDAD?

### BUSINESS ADAPTATION TO EXISTING CLIMATE POLICIES: HOW DOES IT AFFECT THEIR SUSTAINABILITY?

*Franklin Germán Jiménez León, Segarra Jaime Humberto Pedro, Franklin Raúl López Vera, Luis Humberto Barzola López*

*<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil*

*<sup>2</sup>Investigador Independiente*

#### Resumen

Se examinan las organizaciones que luchan contra el cambio climático, resaltando la prominencia de la Unión Europea (UE). Sin embargo, destaca que los acuerdos alcanzados hasta ahora no han sido lo suficientemente efectivos debido a la inacción de países como USA y China, los mayores emisores de contaminantes. El texto diferencia entre sostenibilidad, entendida como la capacidad de mantener prácticas que no agoten los recursos naturales a largo plazo, y rentabilidad, la capacidad de generar beneficios económicos; aunque estos conceptos parecen opuestos, se argumenta que pueden equilibrarse. También se explora el conflicto filosófico entre crecimiento económico y sostenibilidad ambiental, subrayando que el crecimiento económico es vital para mejorar la calidad de vida, pero debe considerar el impacto ambiental. La metodología utilizada es de carácter investigativo y cualitativo. Asimismo, se menciona que las normativas contra el cambio climático son generalmente de naturaleza cualitativa. En conclusión, y a pesar de los desafíos, surgen oportunidades para las empresas en el nuevo contexto regulatorio, como la adopción de tecnologías limpias, la mejora en eficiencia energética y la creación de cadenas de suministro sostenibles. Estas recomendaciones son esenciales para alcanzar una sostenibilidad efectiva sin sacrificar el crecimiento económico necesario para mejorar la calidad de vida.

**Palabras clave:** Sostenibilidad, Cambio climático, Rentabilidad, ONU, Unión Europea

#### Abstract

Organizations fighting against climate change are examined, highlighting the prominence of the European Union (EU). However, it emphasizes that the agreements reached so far have not been effective enough due to the inaction of countries like the USA and China, the largest emitters of pollutants. The text differentiates between sustainability, understood as the ability to maintain practices that do not deplete natural resources in the long term, and profitability, the ability to generate economic benefits. Although these concepts seem opposed, it is argued that they can be balanced. It also explores the philosophical conflict between economic growth and environmental sustainability, emphasizing that economic growth is vital for improving quality of life, but it must consider the environmental impact. The methodology used is investigative and qualitative in nature. Additionally, it is mentioned that climate change regulations are generally qualitative in nature. In conclusion, despite the challenges, there are opportunities for companies in the new regulatory context, such as the adoption of clean technologies, improved energy efficiency, and the creation of sustainable supply chains. These recommendations are essential for achieving effective sustainability without sacrificing the economic growth necessary to improve quality of life.

**Keywords:** Sustainability, Climate Change, Profitability, UN (United Nations), European Union (EU)

## 1. Introducción

En la actualidad, el cambio climático se ha consolidado como uno de los desafíos más urgentes y complejos a nivel global, impactando diversos aspectos de la vida humana y los ecosistemas, en consecuencia, los gobiernos de todo el mundo han implementado políticas climáticas estrictas y se han comprometido a acuerdos internacionales, como el Acuerdo de París, con el objetivo de mitigar los efectos adversos del calentamiento global y promover una transición hacia economías más sostenibles.

En este contexto, las empresas, independientemente de su tamaño y sector, se encuentran ante la imperativa necesidad de adaptar sus estrategias y operaciones para alinearse con estas normativas ambientales.

La adopción y cumplimiento de políticas climáticas no es solo una cuestión de responsabilidad corporativa, sino también una condición esencial para la sostenibilidad a largo plazo de las empresas.

Adaptarse a estos cambios regulatorios demanda la reevaluación de procesos, la adopción de tecnologías verdes y la implementación de prácticas empresariales más eficientes y eco-amigables. Sin embargo, esta adaptación no está exenta de desafíos,

las empresas deben navegar por un complejo entramado regulatorio, invertir en innovación y, en muchos casos, transformar radicalmente sus modelos de negocio.

No obstante, estos desafíos presentan también oportunidades únicas, las empresas que lideran en la adopción de prácticas sostenibles no solo mejoran su huella ambiental, sino que también pueden beneficiarse de una mayor eficiencia operativa, reducción de costos a largo plazo, y una mejor reputación frente a consumidores cada vez más conscientes y exigentes.

Al abrazar la sostenibilidad, las empresas pueden posicionarse favorablemente en un mercado global competitivo, atraer inversores interesados en criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG), y fomentar una cultura empresarial resiliente y orientada al futuro.

Este artículo se adentra en el impacto de las políticas climáticas actuales en las estrategias empresariales, proporcionando un análisis exhaustivo de cómo las organizaciones pueden adaptar sus operaciones y transformar los retos en oportunidades de crecimiento sostenible.

Identificaremos las mejores prácticas y ofreceremos recomendaciones clave para que las empresas puedan no solo

cumplir con las normativas, sino liderar el camino hacia un futuro más sostenible y próspero para todos.

## 2. Metodología

Para llevar a cabo esta investigación, se empleó un enfoque investigativo y cualitativo, abordando principalmente cuál es el panorama internacional al que debe hacer frente el sector empresarial en relación con las políticas climáticas existentes. Con esta información definida, se procedió a realizar un análisis cualitativo exhaustivo de todas las fuentes recopiladas, incluyendo documentos, informes y estudios del sector, revelando que las normativas actuales sobre cambio climático son generalidades que abarcan un gran abanico de empresas, lo que puede dificultar su aplicación específica. Por esta razón, en la investigación se presentan alternativas más claras y concretas sobre acciones que las empresas pueden tomar para aumentar su sustentabilidad y mejorar su adaptación a las normativas ambientales vigentes.

## 3. Resultados

Para abordar los desafíos y oportunidades que enfrentan las empresas en la presente década, resulta crucial comprender las políticas climáticas y ambientales vigentes, en este contexto, es pertinente considerar

algunos referentes significativos, como la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC), la Unión Europea (UE), y la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Todas estas organizaciones fundamentan sus políticas en las investigaciones realizadas por el Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC).

Las evidencias científicas han dejado en claro que el cambio climático es una problemática en aumento, entre los datos más significativos se encuentran el incremento de temperaturas en la mayoría de las regiones terrestres desde la década de 1950, la duplicación de las olas de calor desde los años 80, el aumento de sequías agrícolas en ciertas regiones, y el incremento de ciclones tropicales de categorías 3 a 5 en las últimas cuatro décadas según (Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC, 2023).

Según esta misma organización, un aumento superior de 1,5 °C en la temperatura global nos situaría en un punto de no retorno (IPCC, 2022). Estas conclusiones junto con otras investigaciones documentadas por el IPCC, constituyen la base fundamental sobre la cual se desarrollan las políticas de la CMNUCC, la UE y la ONU. En base a lo expuesto por Muñiz (2024), la CMNUCC entró en vigor el 21 de marzo de 1994, iniciando así las



sesiones anuales de la Conferencia de las Partes (COP); en estas reuniones, los signatarios participan en negociaciones sobre diversos temas, como la mitigación, la adaptación, las pérdidas y daños, el financiamiento, el desarrollo y la transferencia de tecnología, así como el fortalecimiento de capacidades.

El Acuerdo de París, uno de los tratados más reconocidos bajo la CMNUCC, ha tenido un impacto significativo en el sector empresarial mundial, adoptado el 12 de diciembre de 2015 en la COP21 de París, este acuerdo establece objetivos ambiciosos para limitar el aumento de la temperatura global a 2 °C, con esfuerzos para limitarlo a 1.5 °C.

Las empresas se han visto obligadas a reevaluar sus estrategias y operaciones para alinearse con estos objetivos, enfrentando nuevos desafíos y oportunidades en términos de sostenibilidad y reducción de emisiones.

El acuerdo también impone revisiones quinquenales de los compromisos nacionales, lo que incentiva a las empresas a adoptar innovaciones tecnológicas y prácticas sostenibles.

Adicionalmente, se han establecido mecanismos de financiación para apoyar a los países en desarrollo, lo que a su vez impulsa a las empresas a invertir en proyectos verdes y en la transferencia de tecnología. Según la ONU (2024), el

Acuerdo de París proporciona una hoja de ruta hacia un futuro con emisiones netas cero, afectando todos los sectores y promoviendo una economía global más sostenible, que podemos resumir en:

#### **Impacto en la Estrategia Corporativa:**

- Cómo las políticas climáticas actuales están forzando a las empresas a reevaluar y adaptar sus estrategias de negocio.
- Ejemplos de empresas que han tenido éxito o han fracasado en la adaptación a estas políticas.

#### **Transición Energética**

- Medidas adoptadas por las empresas para reducir su huella de carbono y aumentar el uso de energías renovables.
- Casos prácticos de empresas que han implementado cambios significativos hacia una economía baja en carbono.

#### **Regulaciones y Cumplimiento:**

- Descripción de las regulaciones climáticas más relevantes a nivel internacional, regional y local.
- Análisis del impacto de estas regulaciones en distintas industrias.

#### **Innovación y Tecnología:**

- Innovaciones tecnológicas que las empresas están adoptando para cumplir con las políticas climáticas.
- El papel de la tecnología en mejorar la sostenibilidad empresarial.

#### **Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa (RSC):**

- Cómo las políticas climáticas influyen en la agenda de RSC de las empresas.
- Estudios de caso de empresas que han integrado la sostenibilidad en su núcleo estratégico.

La Unión Europea ha establecido directrices positivas para mejorar el impacto humano e industrial sobre el cambio climático, tal como hizo con el Protocolo de Kioto de 1997. Este fue el primer acuerdo mundial que comprometió a las principales potencias industrializadas a reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero (González, 2019). Este acuerdo sirvió posteriormente como base para el Acuerdo de París, creado por la CMNUCC, en el cual la Unión Europea y sus países miembros hacen parte de la misma y desempeñan un papel fundamental.

El Protocolo de Kioto consta de dos períodos: el primero abarca de 2008 a 2012, durante el cual las partes

involucradas asumieron la obligación de reducir al menos un 5% las emisiones de gases de efecto invernadero con respecto a los niveles de 1990. El segundo período se extiende de 2013 a 2020, con el objetivo de reducir al menos un 20% las emisiones para 2020. Además, la Unión Europea fijó como meta alcanzar un 20% de generación de energía mediante métodos renovables, que no contaminen el medio ambiente.

Los datos son contundentes y, como menciona Zambrano (2020) en su investigación, la Unión Europea cumplió con sus compromisos y responsabilidades en el ámbito climático, llegando a asumir el liderazgo mundial sobre el cambio climático desde la década de los 90; incluso adoptaron las obligaciones del Protocolo de Kioto antes de su entrada en vigor, no obstante, muchos países industrializados no lograron los objetivos establecidos, lo que generó la necesidad de un nuevo acuerdo: el Acuerdo de París.

El Protocolo de Kioto ha sido calificado de fracaso por algunos, como lo describe Larraín (2021) en su libro sobre economía y política, debido a que las negociaciones no lograron un acuerdo real para revertir el cambio climático. Este punto de vista contrasta con el análisis de Zambrano-González (2020), ya que, aunque la Unión Europea alcanzó sus objetivos, en términos absolutos, los mayores emisores de gases de

efecto invernadero no provienen de Europa, sino de Estados Unidos y China. Según Albarracín (2022), estos países ignoraron durante décadas los acuerdos y esfuerzos por reducir las emisiones. Gómez (2020) menciona que, entre Estados Unidos y China, suman un 40% de las emisiones contaminantes del mundo, mientras que Europa representa cerca del 27%.

La Unión Europea tiene clara su hoja de ruta posterior al Acuerdo de París, en ese sentido, el Pacto Verde de la Unión Europea (Pacto Verde Europeo) es un plan establecido por la Comisión Europea con el objetivo de transformar a Europa en un continente neutral para el clima en 2050 (Parlamento Europeo, 2020). El Pacto Verde Europeo ciertamente se propone metas muy optimistas, para alcanzar esto, se estipulan siete ámbitos de actuación, los cuales son:

**1. Suministro de energía limpia, asequible y segura:** En este apartado, Europa comienza a apostar por el gas descarbonizado (García, 2020). La presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, insta a calificar la energía nuclear como una tecnología verde, fácilmente disponible y de bajas emisiones (Foronuclear, 2024).

**2. Producción sostenible y respetuosa con el medio ambiente:** Se busca una producción sostenible y respetuosa con el medio ambiente mediante la

implementación de un plan de acción que favorezca la economía circular. Este plan incluye un conjunto de medidas destinado a alentar a las empresas a ofrecer, y permitir a los consumidores elegir, productos reutilizables, duraderos y reparables, poniendo un alto a la obsolescencia programada.

**3. Eficiencia energética de los edificios y renovación de conjuntos de edificación tanto públicos como privados:** Este punto propone priorizar la eficiencia energética y la renovación de espacios tanto públicos como privados. Asimismo, se busca unificar criterios y fomentar la colaboración entre ingenieros, arquitectos, profesionales afines a la construcción y autoridades locales, con el fin de maximizar las adaptaciones hacia edificios más amigables y autosostenibles.

**4. Movilidad sostenible e inteligente:** Se impulsa el uso del transporte urbano mediante una planificación inteligente, así como el transporte multimodal, aprovechando las vías férreas y las rutas de navegación existentes.

**5. Preservación de la biodiversidad:** La preservación de la biodiversidad, tal como se plantea en el Pacto Verde Europeo, se centra en proteger y restaurar los ecosistemas naturales para mantener la variedad de especies y asegurar su equilibrio. Este enfoque busca frenar la pérdida de hábitats y

promover la conservación de la flora y fauna mediante la implementación de políticas y acciones concretas.

Entre estas medidas se incluyen la creación y mantenimiento de áreas protegidas, la reforestación, y la reducción de actividades humanas que amenacen el entorno natural, como la deforestación y la contaminación. Al garantizar la biodiversidad, se busca no solo proteger las especies en peligro, sino también asegurar los servicios ecosistémicos esenciales para la vida humana y el desarrollo sostenible.

**6. Alimentación sostenible y respetuosa con el medio ambiente:** Busca transformar los sistemas alimentarios para que sean sostenibles y respetuosos con el medio ambiente, promoviendo prácticas agrícolas que reduzcan el uso de pesticidas y fertilizantes químicos, y fomentando la producción local y orgánica para minimizar la huella de carbono.

Además, se enfoca en mejorar el bienestar animal y promover dietas saludables y nutritivas. Al acortar las cadenas de suministro y apoyar a los productores locales, se pretende reducir el desperdicio de alimentos y garantizar que todos los eslabones de la cadena alimentaria sean eficientes y sostenibles, contribuyendo así a la salud del planeta y de sus habitantes.

**7. Contaminación cero:** Se tiene como meta eliminar todas las fuentes de contaminación que dañan nuestra salud y el medio ambiente, este compromiso se traduce en la implementación de normas más estrictas de calidad del aire, del agua y del suelo. Además, busca reducir la exposición a productos químicos peligrosos y minimizar los residuos industriales.

La Unión Europea ha centrado sus esfuerzos en combinar el crecimiento económico con la sostenibilidad ambiental, esta estrategia implica la integración de políticas económicas y medioambientales que permitan a los estados miembros avanzar en la reducción de emisiones mientras se promueve la innovación y se mantiene la competitividad económica.

Desde la adopción de tecnologías limpias hasta la implementación de energías renovables, la La Unión Europea busca minimizar el impacto ambiental sin sacrificar el desarrollo económico; además, se han establecido fondos y programas para apoyar a las industrias y comunidades más afectadas por la transición hacia una economía verde, garantizando así que el cambio sea inclusivo y beneficie a todas las partes implicadas.

Desde las negociaciones del Protocolo de Kioto, la Unión Europea ha liderado la creación de normas ambientales sin



impactar negativamente la economía de sus miembros (Zambrano-González, 2020).

Los resultados de la investigación indican que las políticas relacionadas con el cambio climático tienen un impacto cualitativo en lugar de cuantitativo. Esto se debe a que las principales organizaciones mundiales que abordan este tema suelen dar recomendaciones generales o plantear metas, pero no proponen medidas claras y directas para cada tipo de empresa o industria.

Esta situación no resulta sorprendente, dado el amplio espectro de industrias existentes, sin embargo, este enfoque puede generar cierto descontento entre algunos particulares y empresas.

Con toda esta información, podemos abordar claramente el tema principal de este trabajo, que es descifrar el impacto en términos de sostenibilidad de las empresas en base a las políticas de cambio climático. Lo primero es abordar el término "sostenibilidad".

Que según la ONU (1987), se define como la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades, un concepto que es clave ya que nos permite diferenciarlo de un término más conocido en el mundo empresarial, la rentabilidad. Morillo (2001) define la

rentabilidad como la comparación de las ganancias netas de una empresa con sus ventas, la inversión realizada y los fondos de los propietarios, evaluando el margen de utilidad neta, la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera; en términos más sencillos, esto se refiere a medir cuánto dinero gana una empresa en relación con sus ventas, la cantidad de dinero que se ha invertido en el negocio y el capital que los propietarios han aportado, siendo una forma de entender cuán eficiente y efectiva es la empresa en generar ganancias monetarias, por tanto, una empresa rentable no necesariamente es sostenible.

Un ejemplo claro es el sector de los hidrocarburos y el sector petrolero, industrias muy rentables debido a la dependencia mundial de los combustibles fósiles para la generación de energía, este sector industrial encuentra conflictos de interés en las medidas a tomar en términos de cambios climáticos, dado que los hidrocarburos y recursos fósiles como el petróleo son finitos y su uso en exceso puede comprometer el acceso a los mismos para nuestras generaciones futuras. No es extraño encontrar campañas que ataquen los acuerdos de cambio climático, como lo destaca Iglesias (2020) que, tras el Acuerdo de París, empresas como ExxonMobil, Shell, Chevron, BP y Total, han invertido millones en desacreditar

la ciencia climática y en presionar para expandir sus operaciones. Como resultado, ciertas empresas y Estados que se benefician de la crisis climática obstaculizan las negociaciones, reducen las ambiciones gubernamentales, promueven soluciones ficticias y bloquean la financiación de potenciales soluciones efectivas.

En este punto nos encontramos ante un conflicto de carácter filosófico, ya que muchas empresas rentables, pero no necesariamente sostenibles son fuentes importantes de ingresos que

movilizan la economía de ciudades e incluso países. Además, estas empresas son grandes generadoras de empleo directo e indirecto, lo que sin lugar a dudas genera bienestar para un gran número de personas.

Los datos hablan por sí mismos: el mundo experimentó una reducción en la pobreza generalizada de más del 90% de la población a menos del 10% en tan solo dos siglos, según Roser y Hasell (2021), un avance que se debe al progreso tecnológico y científico experimentado en las diferentes eras industriales.

**Figura 1. Porcentaje de la población mundial que vive en extrema pobreza (1820-2015).**



Fuente: Roser y Hasell (2021), Our World in Data

Por consiguiente, adoptar una postura draconiana sobre la clausura de empresas no sostenibles (pero si rentables) resulta inconcebible y constituiría un retroceso significativo en los avances en calidad de vida logrados a lo largo de los últimos dos siglos. No obstante, la realidad a la que nos enfrentamos, incluyendo el riesgo de alcanzar un punto de no retorno debido a las severas consecuencias de un cambio climático abrupto causado por las emisiones de gases de efecto invernadero, tampoco puede ser subestimada, ya que amenazaría con deshacer todos los logros alcanzados.

Según Paz et al. (2021), se precisa abordar un principio ontológico que fundamente la epistemología y axiología, regulando las prácticas sociales para preservar la vida con justicia y equidad. Las posturas extremistas no deben ser la solución.

El sector empresarial debe afrontar la crisis climática global mediante una profunda concienciación y una clara diferenciación entre sostenibilidad y rentabilidad. En la identificación de negocios no sostenibles, es imperativo implementar prácticas que mitiguen al máximo los efectos adversos sobre el medio ambiente, orientadas por una perspectiva ética y de altos valores morales.

Esto requiere dejar de lado los intereses personales y adoptar una visión integral y holística del panorama.

En cuanto a la adaptación del sector empresarial, podemos partir con un concepto apropiado dentro del contexto de las políticas climáticas existentes; y este es la economía circular, la cual se presenta como una estrategia clave para mejorar la sostenibilidad.

Este enfoque promueve la reutilización, reciclaje y reducción de residuos en los procesos productivos, alineándose con las iniciativas de la Unión Europea para mitigar los efectos del cambio climático (Camilleri, 2020)

Además, se sugiere la implementación de medidas específicas, como la instalación de paneles solares, para reducir la dependencia de la generación de energía eléctrica a partir de hidrocarburos, optimizando así el uso de recursos naturales. Es crucial reciclar y utilizar solo las cantidades necesarias de agua, mejorando los procesos de producción para emplear la mínima cantidad posible, mientras se preserva el medio ambiente.

La eficiencia energética también es un factor determinante, lo que se puede conseguir a través de la actualización a luminarias con tecnología LED, la incorporación de maquinaria eficiente, la corrección del factor de potencia y la implementación de políticas que

eviten dejar equipos eléctricos potentes encendidos cuando no estén en uso, estas acciones no solo contribuyen a la reducción del consumo eléctrico, sino que también promueven un entorno de trabajo más sostenible y rentable.

En cuanto a la gestión de residuos, es vital mitigar los desechos generados durante los procesos de manufactura, priorizando la digitalización de documentos sobre su impresión, lo que reduce el impacto en los vertederos y genera ahorros significativos en los costos de eliminación de residuos. Asimismo, es recomendable utilizar materiales sostenibles o biodegradables que no afecten al ecosistema, esto mejora la imagen corporativa, demostrando un compromiso con la responsabilidad ambiental.

Es igualmente importante diseñar y crear productos fáciles de reciclar, desmontar y reparar, evitando prácticas como la obsolescencia programada, lo cual no solo beneficia al medio ambiente, sino que también puede mejorar la lealtad del cliente y la percepción de la marca. La optimización del transporte debe ser tomado en cuenta, utilizando equipos a baterías y estrategias que reduzcan el tiempo de traslado de materia prima y personal, incrementando así la eficiencia y reduciendo la huella de carbono.

Algunas de las recomendaciones previas pueden conllevar costos de inversión que comprometan la rentabilidad de la empresa, por lo tanto, es fundamental llevar a cabo un análisis meticuloso antes de su implementación, se sugiere priorizar las medidas en función de su impacto en la sostenibilidad.

No obstante, la adaptación industrial al cambio climático no solo representa un desafío, sino también una oportunidad significativa, conforme avanzan los años, es cada vez más probable que se impongan sanciones a las empresas que dejen una gran huella de carbono. En este contexto, aquellas compañías que durante años han invertido en el desarrollo de tecnologías más ecológicas, podrán encontrar una rentabilidad sustancial al ofrecer soluciones y equipos adecuados a aquellas que no cumplan con los nuevos estándares.

Adicionalmente, existe la posibilidad de vincular productos comerciales con la idea de ser amigables con el medio ambiente, una estrategia de marketing que puede mejorar significativamente la imagen corporativa, incrementando las ventas. Esta táctica no solo facilita la adopción de medidas que promuevan la sustentabilidad, sino que también refuerza el compromiso de la empresa con la responsabilidad ambiental, mejorando su reputación y atrayendo consumidores conscientes de su impacto ecológico.

#### 4. Conclusiones

En un panorama global donde el cambio climático plantea retos apremiantes, la Unión Europea (UE) se ha erigido como principal defensor de las políticas climáticas, su compromiso ha servido de ejemplo, incentivando a otros a seguir su liderazgo. Durante muchos años, naciones como Estados Unidos y China permanecieron reticentes a adoptar medidas significativas contra el cambio climático, sin embargo, la presión y el ejemplo europeo han propiciado un cambio de actitud.

La diferenciación entre sostenibilidad y rentabilidad es clave, aunque a menudo se considera que ambas son mutuamente excluyentes, la realidad es que la sostenibilidad debe integrarse como un componente esencial de la rentabilidad. Empresas sostenibles no sólo cumplen con las exigencias regulatorias y éticas, sino que también disfrutan de una mayor eficiencia operativa y resiliencia, este binomio debe reconocerse y valorarse.

Pese a ello, los intereses de empresas no sostenibles han generado campañas anti cambio climático, que tienen el potencial de confundir al público, es fundamental desarrollar una visión crítica e informarse adecuadamente. El cambio climático es una cuestión holística que requiere una visión global y desapegada del egoísmo. Para mitigar

el impacto de las emisiones de carbono, las empresas deben adoptar medidas concretas como la implementación de energías renovables, la optimización de procesos productivos y la inversión en tecnologías limpias. La oportunidad en este ámbito es considerable.

En síntesis, la necesidad de abordar el cambio climático exige una respuesta global, coordinada y sin egoísmos, las empresas tienen un papel crucial, debiendo internalizar que la sostenibilidad y la rentabilidad no son solo compatibles, sino interdependientes.

La adopción de tecnologías verdes y la reducción del impacto ambiental son imperativos éticos y estratégicos. La Unión Europea ha demostrado que es posible liderar con el ejemplo, ahora es el momento de que el resto del mundo siga su estela, integrando la sostenibilidad en el núcleo mismo de sus operaciones.

## Referencias

- Albarracín, J. (2022). La crisis medioambiental. Retos frente al cambio climático. Universidad Rey Juan Carlos. Obtenido de [https://www.cristinahermida.eu/pdf/TFG\\_Jessica\\_Albarrazin\\_Cadena.pdf](https://www.cristinahermida.eu/pdf/TFG_Jessica_Albarrazin_Cadena.pdf)
- Camilleri, M. (2020). European environment policy for the circular economy: implications for business and industry stakeholders. *Sustainable development. Sustainable Development*, 28(6), 1804-1812. doi:<https://doi.org/10.1002/sd.2113>
- Foronuclear. (2024). La Comisión Europea insta a invertir en energía nuclear y aboga por la continuidad de operación de las centrales. Obtenido de <https://www.foronuclear.org/actualidad/noticias/la-comision-europea-insta-a-invertir-en-energia-nuclear-y-aboga-por-la-continuidad-de-operacion-de-las-centrales/>
- García, J. (2020). El Pacto Verde: de la emergencia climática a la emergencia nuclear. Obtenido de <https://www.energias-renovables.com/javier-garcia-breva/el-pacto-verde-de-la-emergencia-climatica-20200114-a-20200114>
- Gómez, D. (2020). El cambio climático y la respuesta de las grandes potencias. El caso de Estados Unidos y China, *Análisis Político. Dossier. Cambio Climático y Política*(99), 121-142. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/anpol/v33n99/0121-4705-anpol-33-99-121.pdf>
- González, K. (2019). El cambio climático. Un objetivo de naciones unidas para el desarrollo sostenible. *Derechos Humanos y justicia climática. III Congreso Internacional sobre Derechos Humanos*, (págs. 55-66). Obtenido de <https://mainel.org/wp-content/uploads/Actas-III-Congreso-DDHH-y-Justicia-Climatica.pdf#page=57>
- Iglesias, D. (2020). Cambio climático y responsabilidad empresarial: análisis del papel de las empresas para alcanzar los objetivos del acuerdo de París. *REV-Anuario Español de Derecho Internacional*, XXXVI. doi:10.15581/010.36.327-366
- Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC. (2022). *Climate change 2022: impacts, adaptation and vulnerability*. Obtenido de <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg2/>
- Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC. (2023). *AR6 Synthesis Report: Climate Change 2023*. Obtenido de <https://www.ipcc.ch/report/sixth-assessment-report-cycle/>
- Larraín, S. (2021). *Ecología y Política*. Obtenido de <https://books.google.es/J&oi=fnd&pg=PT3&dq=protocolo+de+kyoto+fracaso&ots=R3TVSsf7Ry&sig=NDEpeBeFp05uYl26ZR2CCwuL1RI>
- Morillo, M. (2001). Rentabilidad financiera y reducción de costos. *Actualidad Contable*, 4(4), 35-48. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/257/25700404.pdf>
- Muñiz, O. (2024). Posiciones de la Alianza de Pequeños Estados Insulares en las negociaciones bajo la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, periodo 2016-2022. *Política Internacional*, VI(2), 43-57. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.10855514>
- Organización de las Naciones Unidas. (1987). *Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml#:~:text=Se%20define%20%20%20%20desarrollo%20sostenible,para%20satisfacer%20sus%20propias%20necesidades%20%20BB>
- Organización de las Naciones Unidas. (2024). *El Acuerdo de París*. Obtenido de <https://www.un.org/es/climatechange/paris-agreement>
- Parlamento Europeo. (25 de Junio de 2020). *Pacto Verde Europeo: clave para una UE climáticamente neutra y sostenible*. Obtenido de <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20200618STO81513/pacto-verde-europeo-clave-para-una-ue-climaticamente-neutral-y-sostenible>
- Paz, A., Acevedo, A., & Romero, B. (2021). La sustentabilidad como principio de responsabilidad empresarial frente a los ecosistemas naturales. *Revista de Filosofía*, 38(99), 190-210. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/88970469/S1-12\\_20La\\_20sustentabilidad\\_20como\\_20principio...190-210-libre.pdf?1658757118=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa\\_Sustentabilidad\\_Como\\_Principio\\_De\\_spdf&Expires=1727690091&Signature=JZZu](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/88970469/S1-12_20La_20sustentabilidad_20como_20principio...190-210-libre.pdf?1658757118=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_Sustentabilidad_Como_Principio_De_spdf&Expires=1727690091&Signature=JZZu)
- Roser, M., & Hasell, J. (2021). *Reconstruction of historical global extreme poverty rates, 1820-2017*. Our World in Data. Obtenido de <https://ourworldindata.org/grapher/reconstruction-of-historical-global-extreme-poverty-rates-1820-2017-roser-and-hasell-2021-and-world-bank2020>
- Zambrano, K. (2020). *La Unión Europea ante la emergencia Climática*. Universidad de Navarra. doi:<http://dx.doi.org/10.15581/010.36.429-447>

## AGRICULTURA REGENERATIVA Y CERTIFICACIÓN VERDE EN EL MERCADO INTERNACIONAL DEL CACAO: UN ESTUDIO DE LA ZONA 5 DE ECUADOR

### REGENERATIVE AGRICULTURE AND GREEN CERTIFICATION IN THE INTERNATIONAL COCOA MARKET: A STUDY OF ZONE 5 OF ECUADOR

*Henry Emilio Mendoza Avilés, Briana Arleny Maquilón García, Fernanda Michelle Martínez Valverde*

<sup>1</sup>*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

La agricultura regenerativa y las certificaciones verdes en el sector cacaotero de la Zona 5 del Ecuador, mejora la ventaja competitiva del Cacao ecuatoriano en el mercado internacional, esta zona es clave en la producción de Cacao en el país. Este estudio analiza las barreras que enfrentan los pequeños productores cacaoteros para adoptar prácticas sostenibles en el cultivo. Se desarrolló un análisis bibliométrico para establecer el estado del arte y se empleó un enfoque mixto para analizar las condiciones productivas del sector cacaotero. Se extrajo información científica de la base de datos Scopus relacionadas con el objeto de la investigación, los datos se procesaron mediante la herramienta VOSviewer. Además, se empleó un instrumento de encuesta a una muestra de 98 productores, en el que se evaluó la frecuencia y el tipo de prácticas agrícolas implementadas en el cultivo de Cacao, los encuestados destacaron el uso de fertilizantes orgánicos y la gestión sostenible del agua. El 82.6% afirmó implementar alguna forma de prácticas sostenibles, pero identificaron el poco acceso a recursos financieros y la escasa participación en capacitación técnica como los principales obstáculos para una producción más eficiente. Los resultados del estudio subrayan que las certificaciones verdes, como Fair Trade y Rainforest Alliance, son fundamentales para mejorar la competitividad del Cacao ecuatoriano en el comercio internacional. Además, el estudio concluye que si se cumplieran las políticas públicas de acceso a financiamiento y capacitación técnica se incrementarían las condiciones sostenibles de los agricultores.

**Palabras clave:** Agricultura regenerativa, Certificaciones verdes, Ventaja competitiva, Mercado Internacional, Prácticas agrícolas.

#### Abstract

Regenerative agriculture and green certifications in the cocoa sector in Zone 5 of Ecuador, improves the competitive advantage of Ecuadorian cocoa in the international market, this zone is key in the production of cocoa in the country. This study analyzes the barriers faced by small cocoa farmers to adopt sustainable practices in cocoa cultivation. A bibliometric analysis was developed to establish the state of the art and a mixed approach was used to analyze the production conditions of the cocoa sector. Scientific information was extracted from the Scopus database related to the object of the research, and the data were processed using the VOSviewer tool. In addition, a survey instrument was used to evaluate the frequency and type of agricultural practices implemented in the cultivation of cocoa; respondents highlighted the use of organic fertilizers and the sustainable management of water. A total of 82.6% claimed to implement some form of sustainable practices but identified poor access to financial resources and limited participation in technical training as the main obstacles to more efficient production. The results of the study underscore that green certifications, such as Fair Trade and Rainforest Alliance, are fundamental to improving the competitiveness of Ecuadorian cocoa in international trade. In addition, the study concludes that if public policies of access to financing and technical training were enforced, sustainable conditions for farmers would increase.

**Keywords:** Regenerative agriculture, Green certifications, Competitive advantage, International market, Agricultural practices.



## 1. Introducción

La sostenibilidad en la producción agrícola ha adquirido un rol importante en los últimos años, especialmente en el sector cacaotero, donde la demanda internacional de productos certificados ha motivado a las economías emergentes a incorporar prácticas más funcionales con la economía, la sociedad y el ambiente.

La presión de los mercados internacionales sobre los productores para cumplir con certificaciones y estándares de consumo exigente ha llevado a la adopción de prácticas más responsables en el uso de los recursos naturales, alineando las operaciones agrícolas a la sostenibilidad de los recursos (Thorlakson, Hainmueller, & Lambin, 2018).

La Zona 5 de Ecuador, es una región clave en la producción de cacao, enfrenta el reto de integrar prácticas agrícolas regenerativas y sostenibles en su cadena de valor incorporando estándares y normas que certifiquen sus procesos productivos, con el fin de lograr mayor competitividad en la demanda del mercado global, entre estas certificaciones se destacan la de aseguramiento social y ambiental, como las ecológicas y verdes.

Este estudio analiza cómo estas prácticas pueden fortalecer el comercio

internacional del Cacao, otorgando una ventaja competitiva a los productores nacionales.

Fair Trade es un sello internacional que vincula a los productores con el sector empresarial y los consumidores en un modelo de comercio ético y sostenible, basado en el diálogo, la transparencia y el respeto entre las partes en un contexto global, ofreciendo mejor condición es de intercambio, y asegurando los derechos de, productores y trabajadores marginalizados, especialmente en el hemisferio sur.

Las organizaciones de Fair Trade se encuentran comprometidas activamente en el apoyo a productores, actividades de concientización y el reclamo de un cambio en las reglas y prácticas del comercio internacional tradicional (FINE, 2010 citado en Staricco & Naranjo (2020).

A pesar de los avances en la producción sostenible de Cacao en Ecuador, las haciendas cacaoteras de la Zona 5 se enfrentan a diversas barreras o medidas para adoptar y mantener prácticas agrícolas regenerativas que les permitan obtener certificaciones internacionales como Fair Trade o Rainforest Alliance.

Como destacan Meier et al. (2020), las barreras económicas y sociales son factores cruciales que limitan el acceso de los pequeños productores

a certificaciones sostenibles. Estas limitaciones incluyen la falta de acceso a recursos financieros, una educación técnica insuficiente y un limitado apoyo gubernamental. En este contexto, surge el siguiente cuestionamiento: ¿Cómo puede la adopción de prácticas agrícolas regenerativas y las certificaciones verde mejorar la sostenibilidad y aumentar la competitividad del Cacao ecuatoriano en el comercio internacional?

Este estudio resulta particularmente relevante en el escenario actual, en el que los mercados consumidores exigen productos que no solo cumplan con estándares de calidad y buen precio, sino que también respeten los principios éticos y ambientales de los productores.

Fair Trade International (2021) afirma que el consumidor moderno busca garantizar que su compra contribuya positivamente al medio ambiente y a las condiciones sociales de los trabajadores y productores involucrados en la cadena de valor.

La agricultura regenerativa y las certificaciones verdes no solo representan una oportunidad para la protección social y el mejoramiento ambiental, sino que también son elementos clave para fortalecer una sostenibilidad regenerativa en la competitividad del cacao ecuatoriano. Históricamente, el comercio internacional del Cacao en Ecuador

ha estado vinculado a la calidad del producto, pero en los últimos años la sostenibilidad ha emergido como un factor determinante para mantener y expandir su participación en los mercados internacionales. El cumplimiento de estándares internacionales, como los establecidos en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y el Acuerdo de París, están impulsando a los productores a adoptar prácticas agrícolas más sostenibles y regenerativas.

Giovannucci et al. (2012) indican que las prácticas sostenibles en la producción agrícola no solo benefician al medio ambiente, sino que también generan nuevas oportunidades comerciales al alinearse con las demandas de los consumidores globales.

La Zona 5 de Ecuador se encuentra en una posición estratégica para atender estas demandas a través de la implementación de prácticas agrícolas regenerativas que respeten la biodiversidad y el uso eficiente de recursos naturales.

Las certificaciones verdes, como Fair Trade, Rainforest Alliance y UTZ, se han convertido en herramientas fundamentales para promover la sostenibilidad en el sector agrícola. Estas certificaciones aseguran que los productos cumplan con altos estándares de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social, permitiendo así

el acceso a mercados internacionales que valoran los productos éticos.

Kuit & Waarts (2014) señalan que la certificación verde no solo mejora las condiciones de vida de los agricultores, sino que también facilita la entrada a mercados más lucrativos y sostenibles.

En el caso del Cacao ecuatoriano, obtener estas certificaciones es un paso crucial para mejorar la competitividad en los mercados globales, garantizando que el producto cumpla con criterios ambientales y sociales de alta demanda.

El objetivo principal de este estudio es identificar las prácticas agrícolas regenerativas y certificaciones verdes implementadas en la producción de Cacao en la Zona 5 de Ecuador.

A través de la evaluación del estado del arte y el uso de instrumento de encuesta aplicado a una muestra representativa de personas activamente involucradas en la producción de Cacao en la región, se busca evaluar el impacto de la agricultura regenerativa y las certificaciones verdes en la competitividad de las haciendas cacaoteras. Además, se examinan los desafíos que enfrentan los productores locales para implementar estos procesos de manera efectiva.

El propósito del estudio es analizar las estrategias que ya implementan los productores cacaoteros para

adoptar prácticas sostenibles y facilitar el acceso a certificaciones internacionales, fortaleciendo de esta manera la participación de los pequeños productores de cacao ecuatoriano.

Finalmente, las dimensiones del comercio sostenible incluyen aspectos económicos, sociales y ambientales.

Carter et al. (2011) indican que la sostenibilidad económica se refiere al crecimiento de los ingresos en los productores mediante el acceso a mercados internacionales más estables y rentables, mientras que la sostenibilidad social implica mejoras en las condiciones de trabajo y derechos laborales, precios más justos e igualdad participativa entre el hombre y la mujer.

La sostenibilidad ambiental, por otro lado, está relacionada con la conservación de recursos naturales, la reducción de emisiones de carbono y la protección de la biodiversidad, todos ellos aspectos clave para garantizar la viabilidad a largo plazo de la producción de Cacao.

La premisa que orienta este trabajo sostiene que la implementación de prácticas agrícolas regenerativas facilita la obtención de certificaciones verdes, lo cual mejora la sostenibilidad de los recursos productivos e incrementa la competitividad del Cacao ecuatoriano en los mercados internacionales.

Se espera que estas medidas contribuyan al desarrollo económico y social de la región, demostrando que un enfoque regenerativo y sostenible es viable y beneficioso tanto para los trabajadores y productores dentro de la Cadena de valor del Cacao.

## 2. Metodología

La metodología de este estudio se basó en un enfoque mixto, combinando tanto métodos cualitativos como cuantitativos, con el propósito de evaluar la implementación de prácticas agrícolas regenerativas y sostenibles, así como de la adopción de certificaciones verdes en la producción de Cacao en la Zona 5 de Ecuador.

Según Hernández Sampieri et al. (2014), la investigación mixta no tiene como meta remplazar a los otros enfoques, sino utilizar la fortaleza de ambos en la indagación del objeto. Al emplear esta combinación, se maximiza la capacidad de la investigación para captar tanto la amplitud como la profundidad de los datos.

Por su parte, Jick (1979) introdujo los términos básicos de los diseños mixtos al recurrir a técnicas e instrumentos proporcionados por paradigmas positivistas y naturalistas para la recolección de datos, dando un lugar prioritario a la triangulación de los mismos. Este enfoque otorga un

papel central a la investigación, lo que permite corroborar los resultados a través de diferentes fuentes y métodos, fortaleciendo así la validez y la confiabilidad de los hallazgos.

Este enfoque integró preguntas abiertas y cerradas en la encuesta, permitiendo la recolección de datos tanto cuantitativos como cualitativos. Esta combinación facilitó un análisis más profundo de las dinámicas del sector cacaotero. Al considerar ambas perspectivas, se logró una comprensión más completa de los desafíos que enfrentan los productores en su transición hacia prácticas sostenibles, proporcionando así una visión más clara dentro de este sector. El estudio se enfocó en identificar las dificultades económicas, sociales y ambientales que afectan a los productores, analizando patrones de las prácticas sostenibles y la competitividad del Cacao en el contexto del comercio exterior, proporcionando así una base sólida para el respectivo análisis.

La población del estudio estuvo compuesta por pequeños agricultores de cacao que residen en la Zona 5 de Ecuador, que incluye las provincias Los Ríos, Guayas, Santa Elena, Bolívar y el Régimen Especial de las Galápagos, concentrándose principalmente en las provincias Guayas y Los Ríos. Para cumplir con los objetivos de esta investigación, se seleccionó una muestra no probabilística de 98 productores



de Cacao, quienes forman parte de la cadena de valor en esta región. La elección de una muestra no probabilística, o dirigida, respondió a la necesidad de enfocarse en individuos con características específicas relevantes para el estudio, más que en una representación estadística general (Hernández Sampieri et al., 2014).

El instrumento de recolección de datos consistió en una encuesta estructurada dividida en varias secciones diseñadas para analizar la sostenibilidad socioeconómica y ambiental de los pequeños productores cacaoteros. Según Reyes (2021), La encuesta como una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos.

En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que proviene.

Esta metodología asegura que los resultados obtenidos reflejan de manera fiel las características y opiniones de los productores de cacao de la Zona 5.

La primera sección incluyó preguntas demográficas, donde se recopilaron datos sobre la edad, género, nivel educativo y experiencia en la producción

de cacao de los participantes. La segunda sección se centró en las prácticas agrícolas sostenibles implementadas, investigando la frecuencia y el tipo de prácticas aplicadas.

La tercera sección evaluó el acceso a recursos, explorando la disponibilidad de financiamiento, acceso a información, capacitación técnica y el apoyo institucional o gubernamental recibido. Por último, la encuesta permitió analizar el impacto social y económico de las prácticas sostenibles, así como el nivel de conciencia en los productores sobre la protección ambiental y su participación en programas de certificación verde.

Los requisitos para los participantes de la encuesta incluyeron ser mayores de edad, residir en la Zona 5 de Ecuador, estar vinculados al sector cacaotero y trabajar en áreas que no superen las 25 hectáreas. Estas características garantizan que los participantes tuvieran una experiencia directa en las prácticas agrícolas, lo que aumentó la validez de los hallazgos obtenidos.

Además, se realizó un análisis bibliométrico utilizando la base de datos Scopus, aplicando la ecuación de búsqueda: "Regenerative Agriculture" OR "Green Certification" OR "cocoa" OR "foreign trade". Inicialmente, este proceso generó una extensa colección de artículos; sin embargo, fue necesario realizar un filtrado y depuración para

garantizar la relevancia y calidad de los datos. Se evaluaron los artículos bajo el criterio de pertinencia al enfoque de la investigación, obteniéndose un total de 8415 artículos que brindaron una visión detallada de las investigaciones sobre sostenibilidad generativa, certificaciones verdes y comercio exterior del cacao.

### 3. Resultados

#### 3.1 Análisis bibliométrico

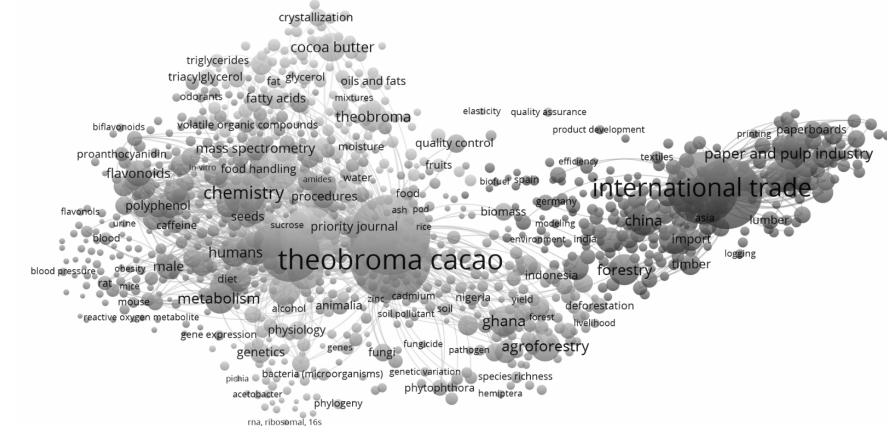


Fig 1. Análisis por coocurrencia de todas las palabras claves

El mapa revela términos relacionados con el cacao, agrupados a sus propiedades químicas, cultivo, comercio y certificaciones. Al filtrar los términos relacionados con la sostenibilidad y la certificación, se observa una mayor conexión entre estos conceptos y los aspectos agrícolas y comerciales del cacao. Obteniendo como resultado 2699 de ocurrencias con la palabra theobroma cacao y 2120 de ocurrencias con la palabra internacional trade, esto

Para visualizar los resultados, se utilizó la herramienta VOSviewer, lo que permitió crear gráficos y mapas basados en palabras clave, facilitando la identificación de tendencias, relaciones y patrones en la literatura.

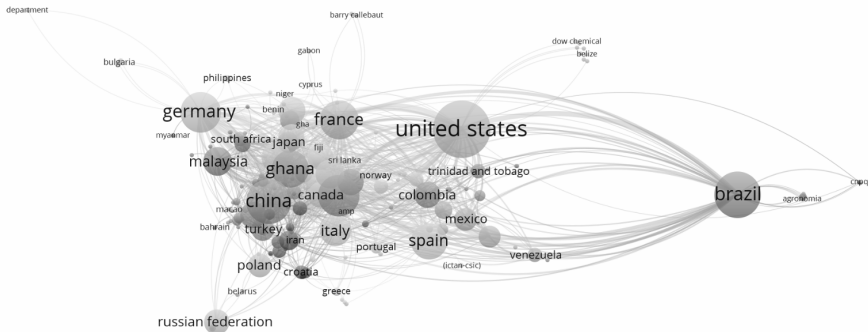


**Fig 2.** Análisis por coocurrencia de todos los países

El análisis por concurrencia de todos los países revela un panorama global de colaboración científica, con un fuerte énfasis en los países desarrollados. Estados Unidos con una fuerza de enlace de 720, Brasil con 301 y China con 253 emergen como los principales centros de investigación, evidenciado por el tamaño de sus nodos.

La existencia de numerosas conexiones entre estos países indica la alta interconexión y colaboración internacional, especialmente entre países europeos y americanos. Se observan agrupamientos geográficos, sugiriendo una mayor colaboración entre países de la misma región. Sin embargo, países en desarrollo como India y China, aunque con una creciente producción científica, presentan menos conexiones, lo que podría indicar oportunidades para fortalecer sus colaboraciones internacionales.

Este análisis preliminar sugiere que la investigación en el área estudiada está altamente globalizada y que existe una clara concentración de la producción científica en ciertos países y la influencia de ciertas instituciones o disciplinas.

### 3.2 Encuesta

#### 3.2.1 Prácticas Agrícolas Sostenibles

La adopción de prácticas agrícolas sostenibles fue una variable clave para evaluar la sostenibilidad de la producción de cacao. Un 83% de los productores manifestaron que aplican prácticas sostenibles (ver figura 3), siendo el uso de fertilizantes orgánicos la más común 41.31%, seguido por la gestión sostenible del agua 23% y el control biológico de plagas 21.60% (ver Tabla 1). Estos resultados muestran un alto nivel de concienciación ambiental entre los productores.

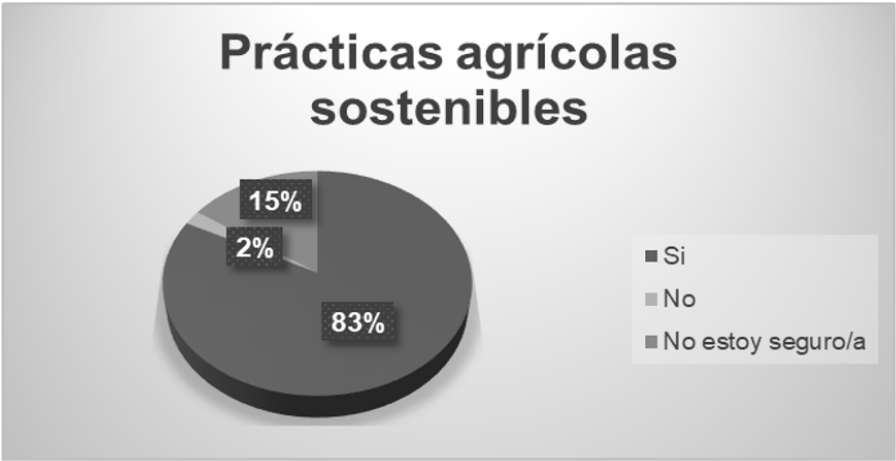


**Fig. 3.** Adopción de Prácticas Agrícolas Sostenibles

**Tabla 1:** Tipo de Prácticas Agrícolas Sostenibles

| Tipo de prácticas agrícolas sostenibles | Frecuencia | % Total | % Acumulado |
|-----------------------------------------|------------|---------|-------------|
| Uso de fertilizantes orgánicos          | 88         | 41,31%  | 41,31%      |
| Agroforestería                          | 29         | 13,62%  | 54,93%      |
| Control biológico de plagas             | 46         | 21,60%  | 76,53%      |
| Gestión sostenible del agua             | 49         | 23,00%  | 99,53%      |
| Ninguna                                 | 1          | 0,47%   | 100,00%     |

**Fuente:** Elaboración propia

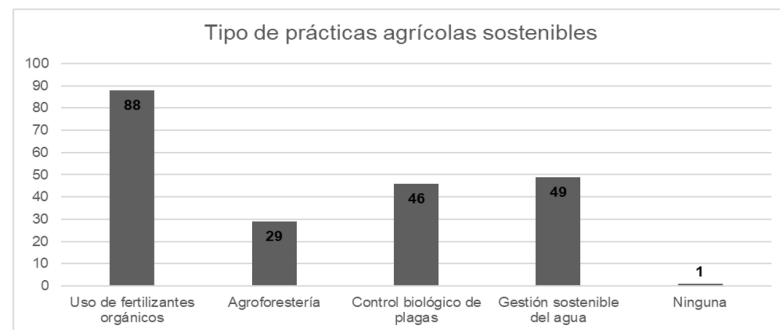


**Fig. 4.** Tipo de Prácticas Agrícolas Sostenibles

### 3.2.2 Inclusión de Productores Marginados

En la figura 4, se observa que el 46.47% de los productores considera que no existen oportunidades justas y equitativas, mientras que un 40.41% cree que sí las hay. Esto refleja una percepción dividida sobre la equidad en el sector, con solo un 12.12% de indecisos, lo que indica que la mayoría tiene una postura clara. La figura 5, que analiza la inclusión de los productores, muestra que los programas de capacitación

han tenido un impacto positivo en el desarrollo de habilidades, con 39 productores alcanzando los niveles más altos de participación. Sin embargo, la inclusión en la toma de decisiones y la distribución de beneficios económicos se mantienen más equilibradas y aún requieren atención. Estos resultados subrayan la necesidad de fortalecer las estrategias para garantizar una mayor equidad e inclusión en todos los aspectos del desarrollo agrícola.

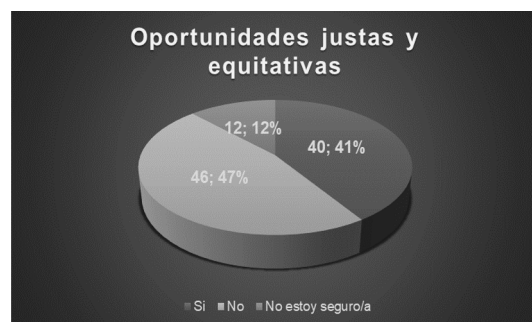


**Fig. 4.** Oportunidades justas y equitativas

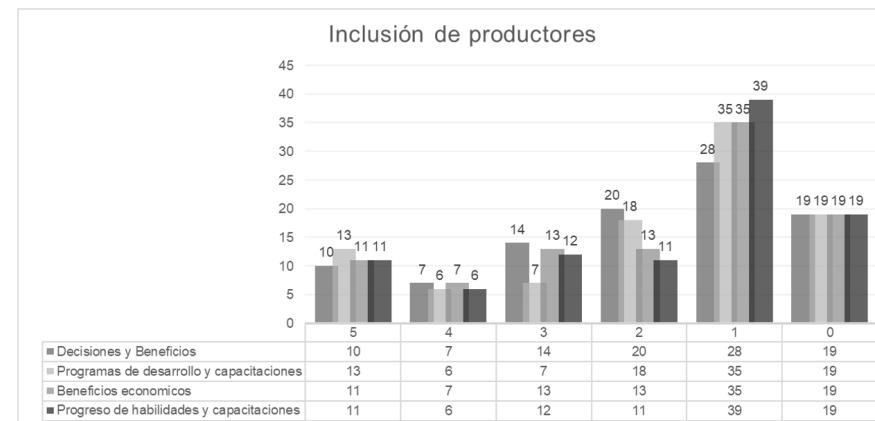


**Fig.5.** Inclusión de productores marginados en la toma de decisiones y beneficios

### 3.2.3 Desafíos para implementar prácticas sostenibles

La falta de recursos financieros es el mayor desafío que enfrentan los productores para adoptar prácticas sostenibles, afectando al 31.61% de ellos. Este problema limita la capacidad de los agricultores para invertir en infraestructura, tecnología y certificaciones necesarias para una producción más sostenible. Además, la escasez de conocimientos y capacitación también se presenta como

un obstáculo importante, impactando al 28.74% de los encuestados. La falta de acceso a formación y recursos dificulta que los productores comprendan y apliquen técnicas sostenibles, retrasando su implementación. Estos resultados destacan la urgente necesidad de crear políticas que faciliten el acceso a financiamiento y promuevan la educación y capacitación de los productores, garantizando así una transición efectiva hacia métodos de producción más sostenibles

Tabla 2: Desafíos para implementar prácticas sostenibles

| Desafíos para implementar prácticas sostenibles          | Frecuencia | % Total | % Acumulado |
|----------------------------------------------------------|------------|---------|-------------|
| Falta de recursos financieros                            | 55         | 31,61%  | 31,61%      |
| Acceso limitado a tecnologías y herramientas sostenibles | 33         | 18,97%  | 50,58%      |
| Escasez de conocimiento y capacitación                   | 50         | 28,74%  | 79,31%      |
| Acceso limitado al mercado                               | 15         | 8,62%   | 87,93%      |
| Condiciones climáticas adversas                          | 21         | 12,07%  | 100,00%     |

Fuente: Elaboración propia

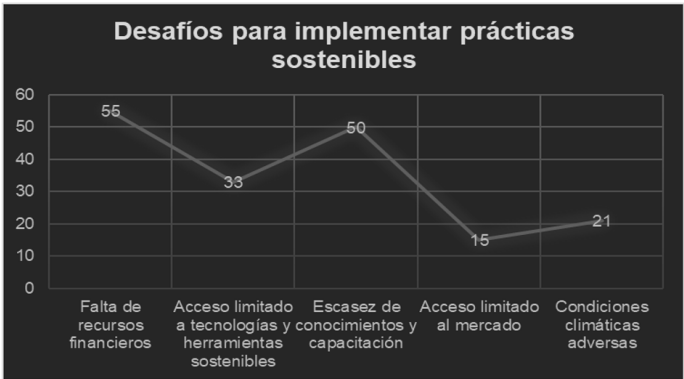


Fig. 6. Desafíos para implementar prácticas sostenibles

#### 3.1.4 Competitividad Internacional

La gráfica evidencia una marcada tendencia hacia la localización de la producción, con una concentración significativa de las ventas en mercados locales. Este patrón sugiere una estrategia empresarial orientada a la expansión global y la captura de una mayor cuota de mercado internacional.

#### 4. Conclusiones

Este estudio demuestra que la adopción de prácticas agrícolas sostenibles y la obtención de certificaciones verdes son esenciales para mejorar la sostenibilidad generativa y aumentar la competitividad del cacao ecuatoriano en el comercio exterior. Los hallazgos indican que un 83% de los productores aplica prácticas

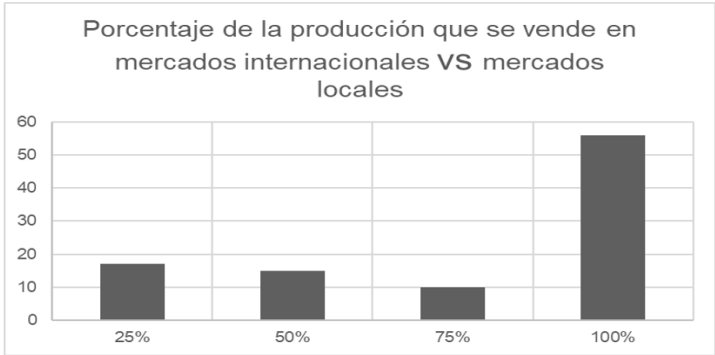


Fig. 7. Desafíos para implementar prácticas sostenibles

sostenibles, como el uso de fertilizantes orgánicos y la gestión eficiente del agua, lo que refleja un compromiso hacia un modelo productivo más responsable.

La hipótesis del estudio se respalda al evidenciar que estas prácticas no solo facilitan la obtención de certificaciones verdes, sino que también potencian la sostenibilidad de los recursos productivos. Fair Trade destaca que las certificaciones permiten a los productores acceder a mercados que valoran la sostenibilidad (Fair Trade Internacional, 2021), lo que pone de manifiesto la oportunidad de los productores ecuatorianos para posicionarse en un mercado global cada vez más competitivo.

No obstante, se identifican desafíos significativos. La falta de recursos financieros y el acceso limitado a

capacitación son barreras que deben abordarse para facilitar la transición hacia prácticas más sostenibles. Además, la percepción de inequidad en las oportunidades disponibles resalta la necesidad de implementar políticas que promuevan una inclusión efectiva y equitativa en el sector.

Fomentar la adopción de prácticas sostenibles y facilitar el acceso a certificaciones puede transformar el cacao ecuatoriano en un producto altamente competitivo a nivel internacional.

Estas acciones beneficiarán a los productores y contribuirán al desarrollo económico y social de sus comunidades, consolidando al sector cacaotero ecuatoriano como un modelo de sostenibilidad y éxito en el comercio global.

## 5. Referencias

- Carter, M. R., Barret, C. B., & Timmer, C. (2011). The economics of agricultural development: World food systems and resource use.
- Fair Trade Internacional. (2021). The Future is Fair ANNUAL REPORT 2020-2021. Obtenido de <https://files.fairtrade.net/publications/Fairtrade-International-Annual-Report-2020-2021.pdf>
- Giovannucci, D., Ponte, S., & Subervie, J. (2012). Sustainability and organic supply chains: Integrating best practices in the global coffee and cocoa industries. .
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la Investigación.
- International, F. T. (2021). Obtenido de <https://files.fairtrade.net/publications/Fairtrade-International-Annual-Report-2020-2021.pdf>
- Kuit, M., & Waarts, Y. (2014). Sustainability impact of certification systems in cocoa value chains. .
- Meier, C., Sampson, G., Larrea, C., Schlatter, B., Voora, V., Dang, D., . . . Willer, H. (2020). The State of Sustainable Markets 2020: Statistics and Emerging Trends. Geneva: International Trade Centre (ITC). Obtenido de <https://www.intracen.org/file/sustainablemarkets2020-layout20201012webpdf>
- Otero Ortega, L. (2018). Enfoques de Investigación. Recuperado el 27 de Septiembre de 2024, de [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)
- Reyes, M. P. (s.f.). La Encuesta. Recuperado el 27 de Septiembre de 2024, de [https://web.archive.org/web/20180424060624id\\_/http://files.sld.cu/bmn/files/2015/01/la-encuesta.pdf](https://web.archive.org/web/20180424060624id_/http://files.sld.cu/bmn/files/2015/01/la-encuesta.pdf)
- Staricco, J. I., & Naranjo, M. A. (2018). ¿Llevando justicia al comercio internacional? Una introducción a la propuesta de FairTrade. Recuperado el 27 de Septiembre de 2024, de [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1514-68712018000100010&script=sci\\_arttext&tIng=en](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1514-68712018000100010&script=sci_arttext&tIng=en)
- Thorlakson, T., Hainmueller, J., & Lambin, E. F. (2018). Improving environmental practices in agricultural supply chains: The role of company-led standards. Science Direct. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959378017301589>



## ANÁLISIS DE LA EXPORTACIÓN DE CACAO ECUATORIANO HACIA EL MERCADO ALEMÁN

## ANALYSIS OF THE EXPORT OF ECUADORIAN COCOA TO THE GERMAN MARKET

*Leonardo Roberto Espinoza Roca, Julio Santiago Guime Calero, Guillermo Roberto Abad Alvarado, Mónica de los Ángeles González Vásquez*  
*<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil*

## Resumen

Este trabajo analiza la exportación de cacao a Alemania en términos monetarios, factores de comercialización y empresas involucradas. El estudio tiene un enfoque cuali-cuantitativo, incluyendo análisis de fuentes de información, valores monetarios exportados utilizando el método inductivo, deductivo y analítico. El cacao representa el 0,035% del comercio mundial y Ecuador exportó \$1.005,7M a nivel mundial en 2022, ocupa el tercer lugar de las exportaciones hacia Alemania, en el 2022 se exportaron \$371M, con un incremento anualizado del 3,90% desde 2017. En el primer semestre de 2024, las exportaciones ecuatorianas a Alemania aumentaron un 26% en comparación al 2023 y represento el 19% de las exportaciones totales de Ecuador a Alemania. Los aspectos relevantes de las exportaciones son el volumen de exportación, tipos de cacao, comercio sostenible y acuerdos comerciales. Ecuador produce cacao fino de aroma y cacao convencional, ambos demandados por el mercado alemán, las empresas alemanas están segmentadas según tipos de chocolate, productos y canales de distribución. Los ciudadanos alemanes prefieren comprar chocolates a través de tiendas minoristas en línea, aprovechando la alta penetración de internet en el país. Estos aspectos reflejan la importancia del cacao y la relevancia de las exportaciones para la economía de ambos países.

**Palabras clave:** Cacao, exportación, mercado alemán

## Abstract

This paper analyzes the export of cocoa to Germany in monetary terms, commercialization factors, and the companies involved. The study takes a qualitative-quantitative approach, including analysis of information sources, monetary values exported using the inductive, deductive, and analytical methods. Cocoa accounts for 0.035% of world trade, and Ecuador exported \$1.005.7M globally in 2022, ranking third in exports to Germany. In 2022, \$371M was exported to Germany, with an annualized increase of 3.90% since 2017. In the first half of 2024, Ecuadorian exports to Germany increased by 26% compared to 2023, representing 19% of Ecuador's total exports to Germany. The relevant aspects of exports include export volume, types of cocoa, sustainable trade, and trade agreements. Ecuador produces fine flavor cocoa and conventional cocoa, both demanded by the German market. German companies are segmented according to types of chocolate, products, and distribution channels. German citizens prefer to buy chocolates through online retail stores, taking advantage of the high internet penetration in the country. These aspects reflect the importance of cocoa and the relevance of exports for the economy of both countries."

**Keywords:** Cocoa, export, German market





### 1. Introducción

Las exportaciones realizadas por los países son de suma importancia para la economía interna decada uno, debido a que estas permiten reactivar el aparato productivo y la generación de empleos de manera directa e indirecta, disminuyendo la tasa de desempleo y permitiendo fuentes de ingresos para la población que les permite satisfacer sus necesidades, para el Ecuador no es la excepción, por lo tanto se va a realizar un análisis de las exportaciones de un solo producto ecuatoriano como es el cacao y sus derivados cuyo destino es el país europeo denominado como Alemania, este va estar orientado a la cantidad monetaria exportada en un periodo de tiempo, los factores por los que se comercializan y las empresas que utilizan el cacao como materia prima.

### 2. Metodología

Esta investigación es de tipo cualitativa y cuantitativa, la primera involucra un análisis de diversas fuentes de información proveniente de textos, bibliografías, consideradas primarias y secundarias, por otra parte, se revisarán los valores en cantidades monetarias que se exportan de cacao hacia

Alemania, en un estudio de periodos de tiempo que permitan una comparación y poder exponer las conclusiones del caso. Los métodos utilizados para llevar a cabo la presente investigación se consideran al inductivo, deductivo, analítico; de acuerdo con (Bernal, 2010), manifiesta a lo deductivo como “tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares.

Se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios de aplicación universal de comprobada validez para aplicarlos a soluciones o hechos particulares” conforme a lo expuesto es lo que se realizó en la investigación luego de la revisión bibliografía para poder tener una idea general de los tópicos a tratar.

Encambio, cuandose tratadela inducción, según (Bernal, 2010), considera que “este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general” por lo que se considera que la aplicación del método permite la realización del estudio de las exportaciones de cacao hacia Alemania y permiten exponer conclusiones universales.

De acuerdo con (Sampieri, 2014) “En descomponer un todo en sus partes para estudiar en profundidad. De esta manera, se analizan los componentes por separado para entender mejor las relaciones entre ellos y llegar a conclusiones más precisas sobre el fenómeno estudiado” en base a lo expuesto se va a utilizar para realizar un análisis de los valores monetarios exportados en un periodo determinado en el estudio y poder obtener porcentajes

que permitan un análisis coherente de la realidad de las exportaciones de cacao y sus derivados con destino a Alemania y que permitan un estudio coherente.

### 3. Resultados

Empresas exportadoras de cacao en grano del Ecuador a Alemania. Existen 10 empresas principales en el país que exportan cacao al mercado alemán, para lo cual se detalla a continuación en una tabla para un mejor análisis e interpretación:

Tabla 1. Empresas exportadoras de cacao en grano a Alemania

| # | Empresas                                         | Actividad realizada                                                                                                                    |
|---|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Ecuakao S.A.                                     | Exporta cacao en grano fino de aroma y convencional, se esespecializa en la producción sostenible y comercio justo                     |
| 2 | Transmar Ecuador S.A.                            | Empresa con fuerte presencia internacional, que exporta cacao en grano hacia varios mercados, incluido Alemania.                       |
| 3 | Compañía Nacional de Chocolates del Ecuador S.A. | Aunque también produce chocolates, esta empresa exporta cacao en grano de altra calidad a mercados europeos, incluido Alemania         |
| 4 | Nestlé Ecuador                                   | Aunque la casa matriz está en Suiza, nestlé Ecuador maneja la exportación de cacao hacia varias plantas, incluidas algunas en Alemania |
| 5 | Agrícola del Ecuador S.A. (AGROSA)               | Empresa dedicada a la exportación de cacao convencional y fino de aroma, con una fuerte red de distribución en Europa.                 |

|    |                                                                     |                                                                                                                                    |
|----|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6  | Exportadora de Cacao Fino Aroma EXCACAO                             | Se especializa en la exportación de cacao fino de aroma, con Alemania como uno de sus destinos principales.                        |
| 7  | Cocoabo S.A.                                                        | Productores de cacao que trabajen con pequeños agricultores, exportando cacao en grano hacia Alemania y otros mercados europeos.   |
| 8  | Procesadora Nacional de Alimentos C.A. (Pronaca)                    | Aunque conocida por sus productos alimenticios, Pronaca también esta involucrada en la exportación de cacao en grano.              |
| 9  | Unocace (Unión de Organizaciones Campesinas cacaoteras del Ecuador) | Cooperativa que agrupa pequeños productores de cacao, exportando cacao orgánico y convencional a Alemania y otros países europeos. |
| 10 | Ecokakao                                                            | Focaliza en cacao orgánico y sostenible, con un enfoque en mercados que valoran el comercio justo, con Alemania                    |

Fuente: Elaboración propia

### El comercio internacional del cacao

El cacao entero o partido, crudo o tostado representa el 0,035% de todo el comercio a nivel mundial, en el año 2022, fue considerado el producto en el puesto 423 más comercializado en el globo terráqueo, representando un total de \$ 8,29MM, en el año 2021 represento un total de \$ 10,4MM, por lo que se puede determinar que existió una disminución en la comercialización del 20,3%. Los principales países exportadores de cacao entero o partido, crudo o tostado en el año 2022 fueron Costa de marfil con \$ 3,33MM, Ghana \$ 1,08MM,

Ecuador \$937MM, Nigeria \$489M, y Camerún con \$450M; mientras que los principales países importadores de cacao fueron países bajos con \$1,68MM, Malasia \$1,02MM, Estados Unidos \$ 874M, Alemania con \$681M, Bélgica con \$678M. esta información de acuerdo con datos proporcionados por (OCE, 2024) Conforme a los datos anteriores, Ecuador se ha consolidado como uno de los principales exportadores de cacao a nivel mundial, gracias a la calidad y diversidad de sus granos y en las últimas décadas las exportaciones de cacao ecuatoriano han crecido significativamente. El cacao representa una importante fuente de

ingresos para miles de agricultores ecuatorianos y un motor clave en el desarrollo de las economías rurales. La producción y exportación de cacao no solo contribuyen a la economía del país, sino que también impulsan prácticas sostenibles y de comercio justo, lo que ha permitido que Ecuador se posicione como un referente en la producción de cacao de alta calidad.

El grano de cacao y sus derivados son una principal fuente de ingresos considerados en la balanza comercial del Ecuador, de tal manera de acuerdo con datos obtenidos de (BCE, 2024), de las exportaciones de cacao desde el Ecuador a partir del año 2016, se exponen en la tabla siguiente:

Tabla 2. Exportación anual de cacao en grano y sus derivados del Ecuador

| Año  | Exportaciones (Millones dólares) | Incremento o disminución (%) |
|------|----------------------------------|------------------------------|
| 2016 | 750,1                            |                              |
| 2017 | 672,4                            | - 10,36                      |
| 2018 | 788,0                            | 17,19                        |
| 2019 | 763,9                            | - 3,06                       |
| 2020 | 935,1                            | 22,41                        |
| 2021 | 940,3                            | 0,56                         |
| 2022 | 1.005,7                          | 6,96                         |
| 2023 | 1.322,8                          | 31,53                        |

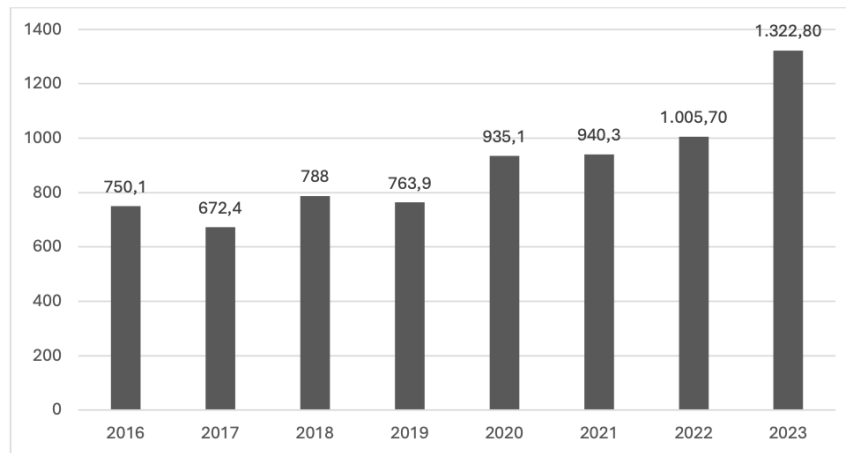
Fuente: (BCE, 2024)

Según el Banco Central del Ecuador de acuerdo con datos desde el año 2016, solo en dos años ha existido una disminución en las exportaciones de cacao ecuatoriano, y se han dado en el año 2017 con una disminución del 10,36%, de la misma manera ocurrió en el año 2019 con el 3,06%; mientras que en el año 2020 se registró un incremento del 22,41% lo mismo ocurrió en el año

2023 con el 31,53% que es interesante para levantar la economía del país.

El promedio de ingresos por las exportaciones de cacao y sus derivados de parte del estado ecuatoriano en los últimos ocho años es de 897,2875 millones de dólares. lo expuesto se lo puede visualizar de mejor manera en la siguiente figura.

**Fig. 1. Exportación anual de cacao en grano y sus derivados del Ecuador**



En la actualidad, el cacao ecuatoriano llega a los mercados de América del Norte, Europa y Asia, satisfaciendo las exigencias de las empresas productoras de chocolate que buscan productos premium. A través de un enfoque centrado en la calidad y la innovación, destacándose como un líder global en la exportación de cacao fino y de aroma.

En 2022, Ecuador exportó \$1.005,7M en Cacao entero o partido, crudo o tostado, convirtiéndolo en el exportador número 3 de Cacao entero o partido, crudo o tostado en el mundo. En el mismo año, Cacao entero o partido, crudo o tostado fue el producto número 8 más exportado en Ecuador. El principal destino de Cacao entero o partido, crudo o tostado

exportaciones de Ecuador son:

Malasia (\$184M), Estados Unidos (\$173M), Indonesia (\$156M), Países Bajos (\$93,6M), y México (\$67,1M). (AJG Simoes, 2022) Uno de los principales países europeos que comercia con cacao ecuatoriano es Alemania, este país europeo se destaca por tener una industria chocolatera muy desarrollada, con una demanda creciente de cacao de alta calidad, lo que ha fortalecido la relación comercial entre ambos países en este sector.

El cacao ecuatoriano, especialmente el de fino aroma, es altamente valorado en Alemania debido a sus características

organolépticas únicas y a su perfil sensorial superior, que se distingue por sus notas florales y frutales. Esta calidad especial lo convierte en un insumo preferido para la elaboración de chocolates gourmet y productos de alta gama.

Durante los últimos años, las exportaciones de cacao ecuatoriano a Alemania han experimentado un crecimiento constante, el sector cacaotero ecuatoriano ha intensificado sus esfuerzos para promover el cacao fino y de aroma en ferias y eventos internacionales celebrados en Alemania, como el Salón del Chocolate de Berlín, lo que ha contribuido a posicionar al grano ecuatoriano en el mercado alemán.

En 2022, Ecuador exportó \$371M a Alemania. Los principales productos que Ecuador exportó a Alemania fueron Plátanos (\$105M), Mineral de metal precioso (\$61,7M), y Granos de cacao (\$40,3M).

Durante los últimos 5 años las exportaciones de Alemania a Ecuador han tenido un incremento a una tasa anualizada de 3,90%, desde \$534M en 2017 a \$646M en 2022. (AJG Simoes, 2022) De acuerdo con información expuesta por (Vásconez, 2024), indica

que en el primer semestre del año 2024 las exportaciones del Ecuador a Alemania fueron de 134 millones de dólares y dentro de los principales productos que se han colocado en ese país son el banano, el cacao en grano, las conservas de atún, entre otros diferentes productos. Además, en un análisis expuesto por el primer trimestre del año 2024 versus el año 2023, manifiesta que ha existido un incremento del 26% tomado de datos del Banco Central del Ecuador. El análisis más profundo expuesto se da a conocer en la tabla siguiente:

Conforme los datos expuestos en la tabla 2, las exportaciones de cacao en grano y sus derivados desde Ecuador hasta Alemania se encuentra en el tercer lugar de productos que demanda ese mercado, debido a varios factores de adquisición. Donde se puede determinar que, en el año 2020 durante el primer semestre, del total de las exportaciones de diversos productos de Ecuador hacia Alemania, el cacao representó el 11%, para el 2021 el 13%, al 2022 el 15%, al 2023 el 7% y para el año 2024 presenta un incremento, llegando al 19% del total de las exportaciones. Lo analizado se complementa con la siguiente figura:

**Tabla 3. Exportaciones desde Ecuador a Alemania (primer semestre desde el año 2020 al 2024)**

| Productos                  | Años    |         |         |         |         |
|----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                            | 2020    | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    |
| Banano y plátano           | 53,00%  | 45,00%  | 32,00%  | 41,00%  | 29,00%  |
| Otros                      | 16,60%  | 16,80%  | 21,00%  | 16,00%  | 14,00%  |
| Cacao en grano y derivados | 11,00%  | 13,00%  | 15,00%  | 7,00%   | 19,00%  |
| Conservas de atún          | 14,00%  | 5,00%   | 4,00%   | 12,00%  | 16,00%  |
| café                       | 4,30%   | 4,20%   | 7,00%   | 7,00%   | 9,00%   |
| Minerales y metales        | 1,10%   | 16,00%  | 21,00%  | 17,00%  | 13,00%  |
| Total                      | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

**Fuente:** Elaboración propia

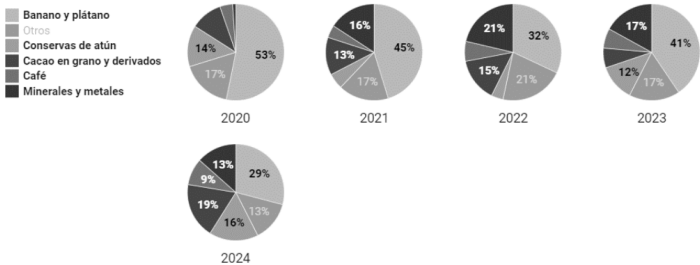
Conforme los datos expuestos en la tabla 2, las exportaciones de cacao en grano y sus derivados desde Ecuador hasta Alemania se encuentra en el tercer lugar de productos que demanda ese mercado, debido a varios factores de adquisición. Donde se puede determinar que, en el año 2020 durante el primer

semestre, del total de las exportaciones de diversos productos de Ecuador hacia Alemania, el cacao represento el 11%, para el 2021 el 13%, al 2022 el 15%, al 2023 el 7% y para el año 2024 presenta un incremento, llegando al 19% del total de las exportaciones. Lo analizado se complementa con la siguiente figura:

**Fig. 2. Exportaciones desde Ecuador a Alemania (primer semestre desde el año 2020 al 2024)**

**Exportaciones a Alemania**

De enero a marzo de cada año  
Pase el cursor por los gráficos para observar las cifras.



**Aspectos relevantes de las exportaciones de cacao del Ecuador a Alemania**

Dentro de los aspectos que el mercado alemán tiene de referencia para comprar cacao en grano y derivados al Ecuador están el volumen de exportación, tipo de cacao, el comercio sostenible, tratados internacionales, las empresas demandantes, lo que se analizó de manera individual.

Cuando se considera el volumen de exportación se hace referencia que el Ecuador produce miles de toneladas de manera anual, por lo que puede abastecer sin ningún problema al mercado alemán, que ha venido con un crecimiento en la aceptación del producto por su manera de cosechar por parte de los productores y la manera ética en el uso de insumos que hace posible la calidad del grano.

El país produce por lo general dos tipos de cacao que son exportables, estos son el cacao fino de aroma que representa el 70% del cacao exportable por el Ecuador, El otro es el cacao convencional que se exporta en menor medida, ambos tipos de cacao son adquiridos por el mercado alemán para ser considerados para diversas líneas de productos que se elaboran.

Existe un comercio sostenible entre ambos países, y eso se pudo demostrar

en el crecimiento de las exportaciones desde Ecuador hacia Alemania de acuerdo con datos expuestos en la tabla 3, donde se da a conocer una creciente demanda de cacao producido de manera sostenible, por lo que varias empresas y cooperativas ecuatorianas han procedido a obtener certificaciones como Fair Trade, Rainforest Alliance, y orgánicas que le han permitido ingresar al mercado antes mencionado.

La unión europea y el Ecuador mantienen el acuerdo comercial multipartes que ha permitido que se facilite el comercio de varias líneas de productos, una de ellas es el cacao, por lo que permite a las empresas exportadoras ecuatorianas a vender a Alemania una diversa gama de productos, entre ellos el cacao, con aranceles reducidos o eliminados, que trae beneficio para el país, generando ingreso de divisas, fuentes de empleo, entre otros aspectos importantes para la reactivación económica del sector cacaotero ecuatoriano y en general para el país.

**La industria del chocolate en Alemania**

Existe una diversidad de empresas alemanas dedicada a la elaboración de productos derivados de cacao presentando una amplia gama de productos, por lo que expertos consideran que el mercado está muy fragmentado, pero que dentro de esta

competitividad existen empresas de renombre que tratan de captar una gran parte del mercado de consumidores, entre estas empresas se encuentran Mars Incorporated, Ferrero, Heshey´s.

Modelez Internacional y Nestlé que son consideradas las organizaciones mas activas en el mercado alemán del chocolate, estas se encuentran día a día con la aplicación de diversas estrategias para captar el mercado e ir ampliando sus negocios, creando nuevas fabricas en otras ciudades dentro del país, utilizando en algunos casos sitios web oficial para ofrecer sus productos como es el caso de la empresa Pierre Marcolini que oferta chocolates premium donde el cliente puede personalizar dependiendo varios factores de acuerdo al aplicativo.

Considerados incluso de alta gama, como Ritter Sport con sede en Waldenbuch, Lindt & Sprungli con sede Klichberg, Milka y Hachez con sede Bremen, Sarotti con sede en Berlín, Halloren con sede en Halle, entre otras empresas y otras marcas dedicadas en la elaboración de productos gourmet, y que dentro de sus materias primas está considerado el cacao de origen ecuatoriano.

Para un mejor análisis del mercado demandante alemán de materia prima de cacao, se procedió a elaborar la siguiente tabla.

**Tabla 4. Empresas chocolateras de Alemania**

| #  | Empresas                            | Fundación | Sede                                                    | productos que elabora                                                                                  |
|----|-------------------------------------|-----------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Ritter Sport                        | 1912      | Waldenbuch-Alemania                                     | Tabletas cuadradas de chocolate de diversos sabores                                                    |
| 2  | Lindt & Sprungli                    | 1845      | Kilchberg-Suiza (tiene operaciones tambien en Alemania) | Trufas y figuras de chocolate                                                                          |
| 3  | Milka                               | 1901      | Bremen-Alemania                                         | productos para público masivo                                                                          |
| 4  | Hachez                              | 1890      | Bremen-Alemania                                         | Productos gourmet con chocolate artesanal                                                              |
| 5  | Sarotti                             | 1852      | Berlín-Alemania                                         | Bombones y chocolates finos                                                                            |
| 6  | Halloren                            | 1804      | Halle-Alemania                                          | "Halloren Kugeln" pequeñas bolas de chocolate rellenas                                                 |
| 7  | Feodora                             | 1910      | Hamburgo- Alemania                                      | Chocolate premium produce bombones y tableta de chocolate fino                                         |
| 8  | Trumpf Schokolade (Stollwerck Gmbh) | 1839      | Colonia - Alemania                                      | Chocolates y bombones de alta calidad                                                                  |
| 9  | Reber                               | 1865      | Bad Reichenhall-Alemania                                | Bombones y chocolates rellenos "Mozart-kugel" bola de chocolate rellena de mazapán, pistacho y praliné |
| 10 | Schogetten (August Storck KG)       | 1962      | Berlin-Alemania                                         | Chocolates divididos en pequeños cuadros.                                                              |
| 11 | Merci (August Storck KG)            | 1965      | Berlin-Alemania                                         | Chocolates surtidos refinados con diferentes sabores y rellenos                                        |
| 12 | Ferrero                             |           | Frankfurt-Alemania                                      | Chocolates diversos                                                                                    |
| 13 | Modelez Internacional               |           | Bremen-Alemania                                         | Snack y chocolates                                                                                     |
| 14 | Vivani                              | 2000      | Herford-Alemania                                        | Chocolates orgánicos                                                                                   |
| 15 | Zotter                              | 1987      | Australia-Tiene operaciones en Alemania                 | Chocolate orgánico y de comercio justo                                                                 |

**Fuente:** Elaboración propia

Existen 15 principales empresas en Alemania dedicadas a utilizar el caco como materia prima para la elaboración de diversos productos entre los cuales tenemos bombones, chocolates, entre otros. Características del mercado de chocolate alemán Las empresas dedicadas a la producción de chocolate están segmentado de acuerdo al tipo en chocolate negro, con leche y blanco, de acuerdo al tipo de producto en líneas suaves y/o líneas propias, surtidos en cajas, Líneas de conteo, chocolates de temporada, chocolates moldeados, otros tipos de productos, conforme a la distribución interna, tienen diversos canales como supermercados y/o hipermercados, tiendas de conveniencia, minoristas especializados, canales minoristas en línea y otros canales de distribución.

Los ciudadanos prefieren adquirir sus chocolates por las tiendas minoristas en línea, esto debido a la experiencia de adquirir de manera fácil, además que ahorran tiempo, y esto se complementa debido a que Alemania posee una de las tasas mas altas en la penetración del internet de la Unión Europea, lo que permiten también a los minoristas a reducir costos y mejorar sus márgenes, esta información obtenida de acuerdo con (Intelligence, 2024)



#### 4. Conclusiones

Existen alrededor de 10 empresas ecuatorianas principales que se dedican a la exportación de cacao hacia Alemania, las exportaciones promedio de cacao por parte del país a nivel mundial en los últimos ocho años fue de 897,2875 millones de dólares, presentando un incremento del 31,53% para el año 2023, con un volumen total de exportaciones en ese año de 1.322,8 millones de dólares, el Ecuador ocupa el quinto lugar como proveedor de cacao en grano y sus derivados para Alemania, solo superado por Costa de Marfil, Países bajo, Ghana y Bélgica, las exportaciones de cacao hacia ese destino se han incrementado anualmente.

Debido a la gran cantidad de empresas que posee el mercado de ese país y que requiere como materia prima el cacao, por ello considera como factores importantes para la adquisición en relación con el Ecuador, el volumen de exportación, tipo de cacao, el comercio sostenible, tratados internacionales, incluidos en estos aspectos la calidad, que influyen en la decisión de compra de manera favorable para el Ecuador.

Por ello varias empresas productoras se han dedicado a mejorar sus sistemas

de producción para lo cual han llegado a obtener certificaciones como son como Fair Trade, Rainforest Alliance, y orgánicas que le han permitido ingresar al mercado antes mencionado y a otros mercados, el mas adquirido es el cacao fino de aroma. El mercado alemán de productos relacionados con el chocolate están en crecimiento constante, lo que es bueno para el incremento de las exportaciones para el Ecuador.

Estas empresas tienen definido los tipos de productos de chocolate y son tres, chocolate negro, con leche y blanco, además tienen establecidos los canales de comercialización para llegar de manera más fácil y sencilla a los clientes, una de ellas es la venta en línea, además que se dedica a exportar el producto terminado a los países de la Unión Europea y a otros países de diversos continentes, lo que es beneficioso para poder colocar una mayor cantidad de cacao ecuatoriano, esto beneficia económicamente a los dos países, al Ecuador por que genera ingresos en la balanza comercial y por ende el ingreso de divisas, contribuyendo a la generación de empleo directo e indirectos, a la reactivación del sector agrícola.

#### 5. Referencias

- AJG Simoes, C. H. (2022). El Observatorio de Complejidad Económica (OEC). Retrieved from The
- Economic Complexity Observatory: An Analytical Tool for Understanding the Dynamics of
- Economic Development. Workshops at the Twenty-Fifth AAAI Conference on Artificial Intelligence:
- <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/cocoa-beans/reporter/ecu>
- BCE, B. C. (2024, 9). BCE, Banco Central del Ecuador. Retrieved from
- <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/297-bolet%C3%ADn-trimestral>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Bogotá D.C.: Pearson.
- Intelligence, M. (2024, octubre). Mordor Intelligence. Retrieved from Análisis del tamaño y participación del mercado del chocolate en Alemania tendencias y pronósticos de crecimiento
- (2024-2029): <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/germany-chocolate-market>
- OCE, O. d. (2024). Observatorio de Complejidad Económica OCE. Retrieved from Cacao entero o
- partido, crudo o tostado: <https://oec.world/es/profile/hs/cocoa-beans>
- Sampieri, R. C. (2014). Metodología de la investigación (sexta edición). México D.F.: McGraw-Hill.
- Vásconez, L. (2024, Mayo 22). El Comercio. Retrieved from Banano, cacao y aún son los productos
- más exportados hacia Alemania: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/banano-cacao-y-atun-son-los-productos-mas-exportados-hacia-alemania.html>



## ANÁLISIS DE LAS HABILIDADES BLANDAS Y SU IMPACTO EMPRESARIAL FORTALECIENDO LOS VALORES INSTITUCIONALES

### ANALYSIS OF SOFT SKILLS AND THEIR BUSINESS IMPACT STRENGTHENING INSTITUTIONAL VALUES.

<sup>1</sup>Alberto Jacinto Paredes Ochoa, <sup>2</sup>Marcelo León Castro

<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil

<sup>2</sup>Universidad ECOTEC

#### Resumen

Los entes organizacionales tanto públicos y privados están dando un paso importante hacia las nuevas formas de aplicación de estructuras filosóficas culturales empresariales con las habilidades blandas presentes en los colaboradores que permiten un impacto significativo en los entes productivos fortaleciendo los valores institucionales. Se tomará como referencia a cinco empresas de Ecuador analizando sus estrategias para lograr el desarrollo de habilidades blandas en su elemento humano que apuntalan significativamente los valores institucionales, el resultado permite dar un preámbulo a las demás organizaciones empresariales y adoptar estas tendencias conceptuales para un desarrollo integral potencializando sus estrategias y disminuyendo brechas con el talento humano.

**Palabras clave:** Habilidades blandas, Valores institucionales, talento humano, empresas, filosofía cultural.

#### Abstract

Organizational entities, both public and private, are taking an important step towards new forms of application of business cultural philosophical structures with the soft skills present in collaborators that allow a significant impact on productive entities, strengthening institutional values. Fiver companies from Ecuador will be taken as a reference, analyzing their strategies to achieve the development of soft skills in their human element that significantly underpin institutional values. The result allows us to give a preamble to other business organizations and adopt these conceptual trends for comprehensive development potentiating their strategies and reducing gaps with human talent.

**Keywords:** Soft skills, institutional values, human talent, companies, cultural philosophy.

## 1. Introducción

La empresa es un ente que aglutina su estructura; activos y pasivos; de la mano los colaboradores generadores de la posibilidad de que ese ente se fortalezca; desarrolle y perdure en el tiempo. Es por eso que, como afirma Richard Barret; “autor, orador y líder del pensamiento internacional sobre la evolución de los valores humanos en los negocios y la sociedad: Si quieres construir una empresa fuerte, enfócate en los valores y la cultura” (observatoriorh.com, 2022). De la mano de esta tendencia; se está dando una revolución de habilidades como afirma el grupo Manpower (2019): “las empresas necesitan promover una cultura de aprendizaje, proporcionar orientación profesional y ofrecer una formación breve y centrada en oportunidades de aprendizaje para mejorar las competencias” (p. 6). Según Sordo (2017) citado por Araya y Garita en (2020) “desde hace tres décadas, se han dado transformaciones en todos los ámbitos y, hoy día, el mundo necesita personas empáticas, solidarias, sensibles, que puedan trabajar en equipo y resolver conflictos” (Sordo, 2017 como se citó en Araya y Garita, 2020, p. 25).

Estas dos concepciones; “se fortalecen al entrelazarlas” como afirma el departamento de educación de Navarra los valores humanos y las competencias transversales (soft skills) (educación.navarra.es, s. f.). El ser humano no sólo

tiene una facultad cognoscitiva que le sirve para emitir “juicios sobre la realidad”, sino que es capaz también de emitir “juicios de valor sobre las cosas”. Cuando se oye hablar de valores, muchos se preguntan, entre asombrados y escépticos. Pero ¿qué son los valores? ¿Acaso existen con realidad propia, o son más bien creación de nuestra febril fantasía? (Tierno, 1996, p. 9).

El mundo actual de las organizaciones y las empresas también está siendo dirigido por ese nuevo conjunto de expectativas. “Es por esto que las personas además de las aptitudes y cualificaciones necesarias para el desempeño deben poseer habilidades y su correspondiente valor” (O'Donnell, 2007, pp. 14-15).

Puesto que se hace necesario “aprender a saber, aprender a ser, aprender a hacer y aprender a vivir juntos” (Paredes et al., 2022, p. 24). Es por eso que, nuevos estudios sobre las habilidades blandas han generado como menciona Ortega (2016) citado por Salcedo en (2020) en su tesis doctoral “Estrategias petracomline en las habilidades blandas emprendedoras en los estudiantes del IESTP Andrés Avelino Cáceres Dorregaray Cajas Huancayo 2019” menciona que para el éxito son necesarias las habilidades blandas.

Estudios realizados por investigadores en los Estados Unidos han determinado

que las habilidades no cognitivas como responsabilidad, perseverancia (o determinación), llevarse bien con otros, autocontrol y motivación están altamente correlacionadas con los niveles educativos futuros (escolarización) así como con el éxito en la vida, incluyendo mayores ingresos y tasas de empleo, mejores resultados de salud y prevención de comportamientos delictivos. (Ortega, 2016, como se citó en Salcedo, 2020, p. 60).

Para Heckman (2012) citado por Aldana en (2020) en su tesis doctoral “Inteligencia emocional, para desarrollar las habilidades blandas, en estudiantes de educación básica secundaria, Ibagué 2018” las habilidades blandas, “Conocidas como socioemocionales o no cognitivas, están referidas a características como apertura a nuevas experiencias, trabajo en equipo, perseverancia de largo plazo y autocontrol de corto plazo” (Heckman, 2012, como se citó en Aldana, 2020, p. 112).

Estudios del Banco Mundial (2014) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE (2015) citado por Baldin en (2020) en su tesis doctoral “Niveles de desarrollo de las habilidades blandas en estudiantes universitarios de una universidad privada de Lima 2020” hallaron “Similares vinculaciones y correlaciones positivas entre

las habilidades blandas (o socioemocionales) con los niveles educativos futuros, así como el éxito en la vida” (Banco Mundial, 2014, OCDE, 2015, como se citó en Baldin, 2020, p. 3).

Para Ortega (2016) citado por Granda en (2018) en su tesis de maestría “Habilidades blandas aplicadas en el servicio al cliente como fuente de ventaja competitiva de las empresas del sector de comercialización de electrodomésticos” menciona:

Las habilidades blandas, se refieren a la capacidad de una persona de relacionarse con otros y consigo mismo, comprender y manejar las emociones, establecer y lograr objetivos, tomar decisiones autónomas y confrontar situaciones adversas de forma creativa y constructiva; en otras palabras, son actitudes y prácticas que afectan y determinan cómo un individuo enfoca el aprendizaje e interactúa con el mundo que le rodea. (Ortega, 2016, como se citó Granda, 2018, en p. 10).

Para Buxarrais (2013) citado por Chaca y Contreras en (2022) en su tesis de maestría “habilidades blandas y desempeño laboral de los trabajadores administrativos en el trabajo remoto Escuela de posgrado Huancayo, 2021” menciona: Las habilidades blandas son aquellas que permiten poner en práctica valores que contribuyen a que la persona se desarrolle adecuadamente

en los distintos ámbitos de acción, como trabajar duro bajo presión, tener flexibilidad y posibilidad de adaptarse a los distintos escenarios, contar con habilidades para aceptar y aprender de las críticas, disponer de autoconfianza y capacidad de ser confiable, lograr una comunicación efectiva, mostrar habilidades para resolver problemas, poseer un pensamiento crítico y analítico, saber administrar adecuadamente el tiempo, saber trabajar en equipo, tener proactividad e iniciativa, tener curiosidad e imaginación y disponer de voluntad para aprender, además de saber conciliar la vida personal, familiar, social y laboral.

(Buxarrais, 2013, como se citó en Chaca y Contreras, 2022, p. 44) García (s. f.) en el trabajo de tesis doctoral titulado: "Capital humano y su aportación al resultado de la empresa: Análisis en el sector industrial" entre sus conclusiones hace énfasis en: Cuando existen mayores habilidades de los empleados implica un mayor beneficio para la empresa; la aptitud de los empleados en el trabajo el saber hacer en el desempeño de sus funciones, mayores capacidades redundan en mejores resultados para la empresa, la relación positiva entre el querer hacer; la voluntad; la actitud hacia el trabajo; la motivación y los valores con los resultados, combinación de capacidades y habilidades aportan una ventaja competitiva a la empresa mejorando sus resultados. (p. 287-288)

## 2. Metodología

La metodología empleada fue una sistematización teórica a través de la consulta a fuentes bibliográficas como libros, periódicos, documentos de instituciones, sitios web confiables; con el empleo del análisis y la síntesis, la inducción y la deducción, para el procesamiento de la información.

Los resultados se enmarcan en el análisis de las habilidades blandas y su impacto empresarial fortaleciendo los valores institucionales con ello lograr un nuevo modelo de desarrollo en habilidades blandas apuntalado en valores generando un cambio en la idiosincrasia de los emprendedores; empresarios; gerentes en cuanto a la importancia de la una nueva gestión del capital humano por lo que estos actores deben involucrarse y socializar internamente los alcances de las mismas. El debate debe generarse a partir de analizar en qué medida los posibles cambios involucran a los ecuatorianos en estos acontecimientos.

## 3. Resultados

Corporación Favorita fue creada en el año 1952 en el centro histórico de Quito en una bodega; en ella la familia Wright vendía jabones, velas, aceites entre otros productos para el hogar; así es como comenzó la cadena de retail más grande del Ecuador (Tapia, 2017).

Como lo muestra la Corporación Favorita (2018) cuenta con un código de ética, herramienta con los principales parámetros y límites que rigen las actividades que realiza la compañía (p. 18).

Su página web corporacionfavorita.com menciona lo que le denominan nuestra identidad donde "su cultura se basa a la visión de sus fundadores, enmarcada en valores, creencias y prácticas empresariales por más de seis décadas" (s. f.).

Para el 2022 en el informe anual 2021 mantiene vigente sus valores corporativos; ha creado un manifiesto donde se resaltan los siguientes

aspectos: Buscamos mejorar la calidad de vida de todos con quienes nos relacionamos.

Creemos en nuestra gente, en su bienestar, felicidad y desarrollo. La honestidad es siempre un buen negocio. Le apostamos a la sostenibilidad y los negocios responsables. La resiliencia es parte de nuestra esencia. (pp. 20-21).

Le está dando importancia al concepto de valor compartido como filosofía y una visión de sostenibilidad; siendo transversales a toda la gestión y se implementan a través de los ejes priorizados, en coherencia con los valores y creencias de la empresa. (p. 84)



La cadena de valor presentada al 2022 de los resultados al 2021 ha sido fortalecida he incrementada: “colaboradores 21.600, proveedores 13.083, empleos indirectos 312.108, clientes 3`226.213, total accionistas 18.511” (pp. 16-17).

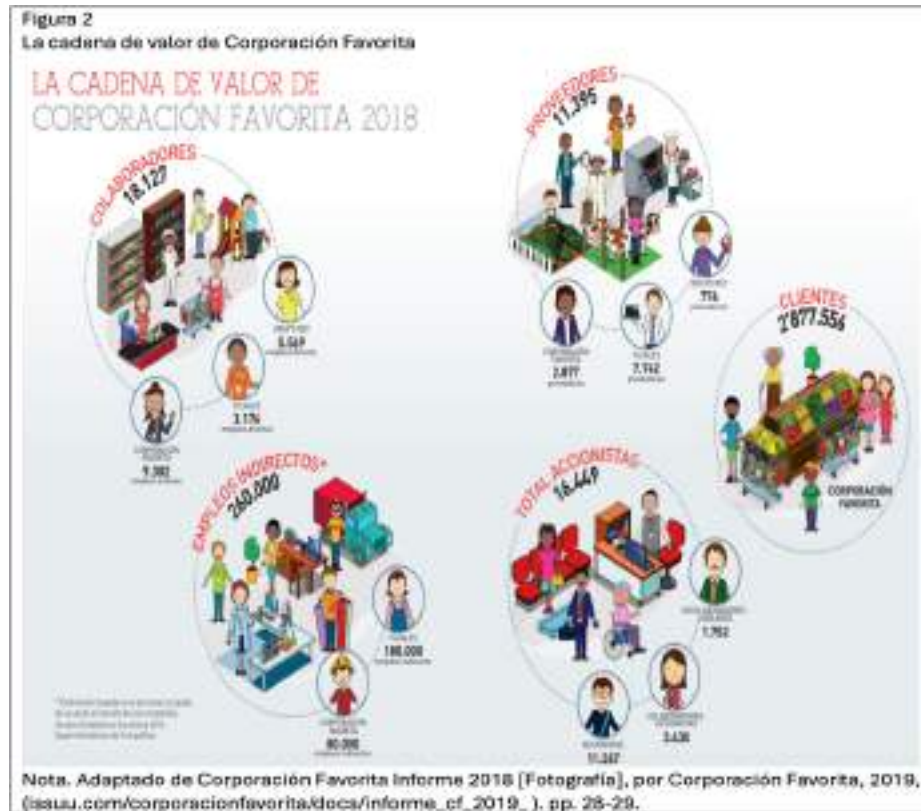
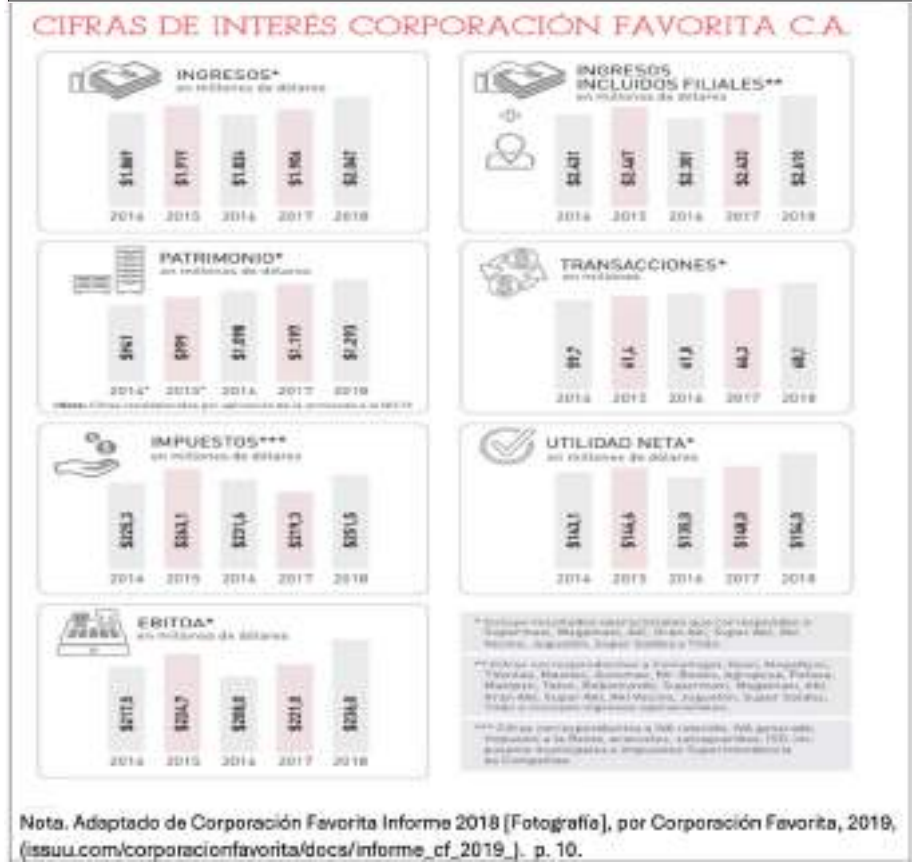


Figura 3  
Cifras de interés Corporación Favorita C. A



Las cifras de interés presentadas el 2022 sobre los resultados del 2021 son alentadoras, dadas en millones de dólares: “ingresos \$2.113, patrimonio \$1.571, impuestos \$247,8, EBITDA \$266, ingresos incluidos filiales \$3.441, transacciones \$64,0, utilidad neta \$143,8” (p. 8). AGRIPAC en 1972 inicia actividades en un local alquilado en

Luis Urdaneta y Baquerizo Moreno para 1977 adquiere su sede en las calles Córdova 623 y Padre Solano en Guayaquil forjando sus actividades con perseverancia y esfuerzo, con orgullo y responsabilidad cuentan con la red de distribución de productos agroindustriales más grande del país (AGRIPAC, 2021).



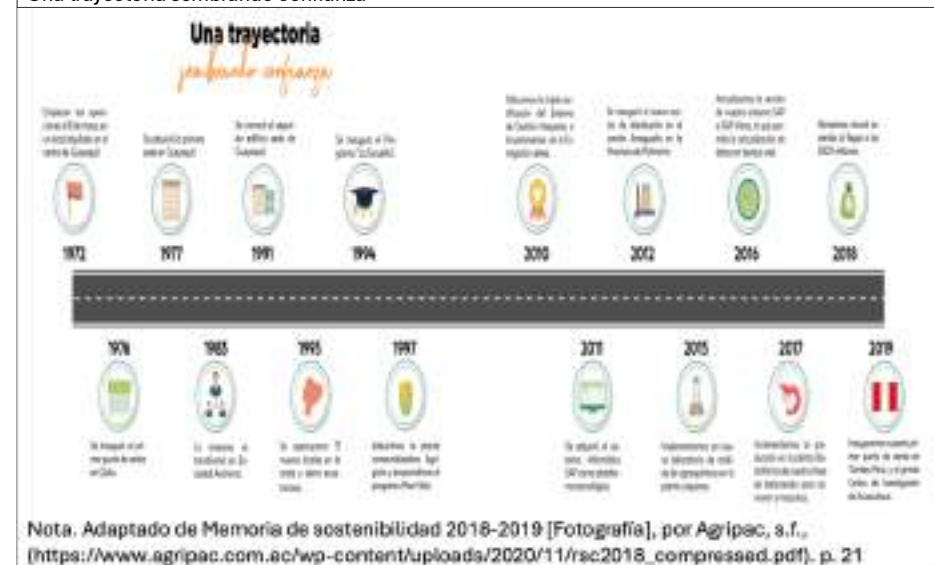
Figura 4  
Valores



Sus valores institucionales están conformados por principios éticos y profesionales, alineados a la visión, misión y objetivos corporativos, sobre los cuales basan todas las actividades que evidencian la cultura empresarial (AGRIPAC, 2019, p. 97).

Para el 2022 cumpliendo 50 años ha mantenido “vigente los valores corporativos guía de sus acciones” (Memorias AGRIPAC, 2022, p. 17) esto le ha permitido a la organización:

Figura 5  
Una trayectoria sembrando confianza



Con estas bases fundamentadas en sus valores corporativos; pilares de su éxito ha logrado:

Figura 6  
Desempeño económico de AGRIPAC



Para el 2020 y 2021 han superado ese desempeño económico: margen bruto 23.9%, ROE 10.6%, ROA 4.1%, utilización de activos 95.3%, gracias a que "cada departamento contribuye a la consecución de objetivos económicos cumpliendo cada proceso de forma eficiente y fomentando el trabajo en equipo para lograr grandes resultados" (Memoria de sostenibilidad 2020-2021, 2022, p. 70).

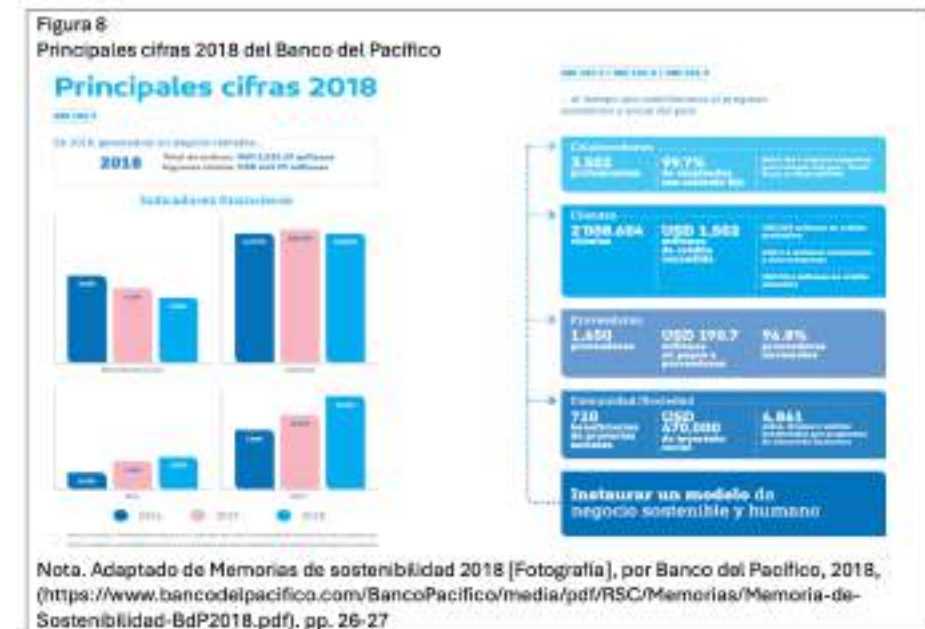
Banco del Pacífico fue fundado en 1972 por Marcel J. Laniado de Wind contaba con 43 empleados con su

particular filosofía de brindar mayor acceso al crédito a todos los sectores de la economía, incluidos artesanos y microempresarios se convierte en el catalizador del desarrollo del país revolucionando en sistema financiero; contribuyo a la modernización de la banca ecuatoriana rompiendo conceptos tradicionales (Banco del Pacífico, 2021).

Su base filosófica empresarial se fundamenta en un modelo de negocio responsable y digital sus valores institucionales guían lo que hacen (Banco del Pacífico, 2018, pp. 22-23).

En base a ellos para el 2023 refrescan sus valores institucionales y se centran en: "Pasión; Colaboración; Inspiración; Integridad; Empatía; Trascender; Bienestar; Adaptación; Centrados

en el cliente; Actitud de aprendizaje" (Memorias de sostenibilidad, 2021, p.8). Gracias a esos fundamentos han logrado:



Para el 2023 en Memorias de sostenibilidad 2021; cuenta con: "clientes 2.8 millones, colaboradores 2.608, morosidad 2.9%, cobertura 207.5%, ROA 0.1%, ROE 0.7%" (pp. 9-10, 16). "Los colaboradores de la Institución son uno de los pilares fundamentales para el crecimiento del Banco. Por ello se realiza una gestión responsable del talento humano, promoviendo el

desarrollo y bienestar, motivando y potenciando su desempeño" (p. 43). DANEK empresa ecuatoriana que inicia desde 1970 operaciones para el sembrío de palma aceitera; entre los principales actores que encuentran relevante para la empresa están los colaboradores; para ellos realizan programas de apoyo desde el 2008 bajo convenio con el Instituto Radiofónico



Fe y Alegría (IRFEYAL) cuyo objetivo es promover la formación integral mejorando la calidad técnica profesional y la formación humana, enmarcándose

en valores éticos de solidaridad, calidad y productividad. (danec.com.ec, 2022, p. 67)



Posee dos aspectos importantes; el primero el código de ética donde tiene muy claro su aplicabilidad con los siguientes puntos establecidos, resaltando:

1.- Actuamos con honestidad, veracidad y transparencia con los clientes, empleados, proveedores, accionistas, competencia y comunidad en general.

2.- Disfrutamos nuestro trabajo y creemos en lo que hacemos y en la responsabilidad que implica.

3.- Nuestro más importante activo es nuestra credibilidad, por ello la protegemos apasionadamente.

4.- El principal recurso de esta empresa es el personal y debe ser considerado como tal consecuentemente.

5.- Fomentamos el diálogo y la tolerancia como mecanismos de resolución de conflictos, jamás ganamos pretendiendo dañar a otros, más bien impulsamos las acciones cuyo pronóstico sea Ganar-Ganar.

6.- Estamos convencidos de que la mejor manera de hacer negocio es promover el trabajo en equipo, con iniciativa y creatividad.

7.- Nos gusta defender los principios de libertad, democracia y defensa de los derechos fundamentales del hombre. (p- 45)

El segundo la política de sostenibilidad; cuyos propósitos de la organización más relevantes son:

**Mayor productividad.** - a través de mejores condiciones para el cliente interno que conduce a una mejor retención de talentos y por ende menores índices de rotación.

**Credibilidad.** - la empresa que es respetuosa de las personas, comunidades, medio ambiente y la sociedad en su conjunto proyecta una reputación que le garantiza mayor sostenibilidad en el tiempo, reduciendo riesgos, anticipándose a situaciones que pueden afectar la empresa, mayor agilidad para reaccionar y adaptarse y generando confianza. (p. 47)

La Fabril empresa ecuatoriana desde 1935 es constituida iniciando operaciones en 1968 innovando y liderando en la industria de su segmento de mercado con la fabricación de grasas, aceites, oleoquímicos, biocombustibles y productos de aseo e higiene presentes en el mercado nacional e internacional.

Tiene un programa de sostenibilidad enmarcado en una política integral basado en capacitar al talento humano

respetando su individualidad para potencializar sus habilidades, desarrollar sus destrezas y competencias (lafabril.com.ec, 2022).

Sus valores corporativos plasmados en la Memoria Sostenibilidad 2019-2020 séptima edición indica: "Compromiso, Liderazgo, Integridad, Respeto, Responsabilidad" (p. 22). Sobre su gestión responsable sostenible entre los preceptos se destaca el "diálogo permanente con nuestros colaboradores aporta a la construcción de un ambiente con condiciones adecuadas de trabajo" (p.27). Se agrega valor a la cadena productiva con "la articulación de los actores involucrados; se incluye la gestión del conocimiento a través de la ciencia y la tecnología" (p.39).

Se ha fortalecido con las ideas con corazón puesto que: Considera al equipo de trabajo el motor que mueve al Grupo La Fabril. su desarrollo, el respecto a sus derechos, el cuidado de su seguridad y salud, el bienestar de sus familias consta dentro de nuestros compromisos de sostenibilidad. La gestión excepcional de nuestros colaboradores durante un año lleno de desafíos evidencia su capacidad, su compromiso, su voluntad y su solidaridad basados en nuestros valores institucionales. (p.77)

Desarrollando talento impulsan una cultura organizacional basada en cuatro ejes:

- Colaboradores 100% respetados producen resultados extraordinarios.
  - Los colaboradores conocen lo que la empresa espera de ellos y sobre qué parámetros serán medidos.
  - Los logros de los colaboradores son reconocidos por la empresa.
  - Los colaboradores trabajan en función de recuperación de competencias. (p. 78)
- Posee un programa de formación constante donde promocionan en potencial del talento humano con "la escuela de operadores; formador de formadores; Líder de equipos de alto desempeño; to be coach permite la adquisición de habilidades y competencias; theory of constraints; servicio de asistencia técnica" (p. 83).

Compromisos 2021 a nivel de las personas que laboran en la organización:

- Implementar un sistema de gestión de desempeño que permita identificar, evaluar y desarrollar al talento en los diferentes niveles de la organización y en base a criterios de desempeño y conductas.
- Robustecer la cultura de valores y ética a través de los comportamientos, sistemas de cumplimientos de la ética y entrenamiento. (p. 96)



Posee el código de ética grupo La Fabril (2018); entre sus preceptos resumidos en el ejercicio del Gobierno Corporativo se compromete a: 1. 2. 3. Buscar el equilibrio del poder.

Dirigir los negocios con transparencia e integridad, cultivando siempre la credibilidad. Diseminar los principios éticos y los compromisos de conducta.

4. Mantener una relación con sus competidores fundada en los principios de honestidad y respeto.

5. Promover negociaciones honestas y justas. En la relación con sus colaboradores:

1. Proporcionar condiciones de trabajo que propicien el equilibrio entre la vida profesional, personal y familiar de todos los colaboradores.
2. Garantizar seguridad y salud en el trabajo.
3. Disponer de canales formales de comunicación.
4. Asegurar la disponibilidad y transparencia de la información.
5. Reconocer los derechos de libre asociación.
6. Buscar la permanente conciliación de intereses y aceptación de los legítimos derechos.
7. Respetar y promover la diversidad.

8. Promover la igualdad de oportunidades para todos los colaboradores, en todas las políticas, prácticas y procedimientos.

9. Desarrollar una cultura empresarial que valore el intercambio y la difusión de conocimiento. (pp. 2-3)

#### 4. CONCLUSIONES

De cara a nuevos estudios, sería importante analizar este fenómeno de las habilidades blandas apuntalado con los valores institucionales que está siendo analizadas por la academia, empresas de toda índole, sociedad en general.

Se puede concluir que la difusión de estos acontecimientos sentará las bases del fortalecimiento institucional y la generación de valor corporativo que potencializa la productividad y rentabilidad puesto que la actitud del capital humano conlleva a ese logro.

Entre las limitaciones observadas, debe recordarse que esta investigación centrada a analizar cinco empresas productivas, por esa razón debe la generalización de los resultados deben tomarse con cautela.

Nuevas investigaciones pueden dislumbrar una visión más específica a otras empresas que miren entre su aplicación la implementación de la combinación de los preceptos propuestos para fortalecer sus aspectos estratégicos, culturales.

## 5. Referencias

- AGRIPAC. (2019). Memoria de sostenibilidad 2018-2019. Recuperado de [https://www.agripac.com.ec/wp-content/uploads/2020/11/rsc2018\\_compressed.pdf](https://www.agripac.com.ec/wp-content/uploads/2020/11/rsc2018_compressed.pdf)
- AGRIPAC. (2021). Nuestra historia. Recuperado de <https://agripac.com.ec/nuestra-historia/>
- AGRIPAC. (2022). Memorias de sostenibilidad 2020-2021. Recuperado de <https://agripac.com.ec/wp-content/uploads/2022/12/Agripac-memoria-calidad-web.pdf>
- Aldana, J. (2020). Programa de convivencia escolar, basado en inteligencia emocional, para desarrollar las habilidades blandas, en estudiantes de educación básica secundaria, Ibagué 2018.
- Lima; Perú: Universidad Norbert Wiener. Recuperado de [https://repositorio.uwienner.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4085/T061\\_AV871437\\_D.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uwienner.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4085/T061_AV871437_D.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Araya, E., & Garita, G. (31 de Marzo de 2020). Habilidades blandas: elementos para una visión holística en la formación de profesionales en informática. Recuperado de <https://revistas.itm.edu.co/index.php/trilogia/article/view/1614/1782>
- Baldin, Y. (2020). Niveles de desarrollo de las habilidades blandas en estudiantes universitarios de una universidad privada de Lima 2020. Lima, Perú: Universidad César Vallejo. Recuperado de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47298/Balbin\\_RYS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47298/Balbin_RYS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Banco del Pacífico. (2018). Memoria de sostenibilidad 2018. Recuperado de <https://www.bancodepacifico.com/BancoPacifico/media/pdf/RSC/Memorias/Memoria-de-Sostenibilidad-BdP2018.pdf>
- Banco del Pacífico. (2021). Grupo Banco del Pacífico: Nuestra historia. Recuperado de <https://www.bancodepacifico.com/grupo-bdp/grupo-banco-del-pacifico/menu/nuestra-historia>
- Banco del Pacífico. (2023). Memorias de sostenibilidad 2021. Recuperado de <https://www.bancodepacifico.com/BancoPacifico/media/pdf/RSC/Memorias/Memoria-de-Sostenibilidad-2021.pdf>
- Chacas, A. y Contreras, L. (2022). Habilidades blandas y desempeño laboral de los trabajadores administrativos en el trabajo remoto Escuela de Posgrado Huancayo, 2021. Huancayo, Perú: Universidad Continental. Recuperado de [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10572/1/IV\\_PG\\_MRGO\\_TE\\_Chaca\\_Contreras\\_2022.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10572/1/IV_PG_MRGO_TE_Chaca_Contreras_2022.pdf)
- Corporación Favorita (2022). Informe 2021. Recuperado de <https://www.corporacionfavorita.com/wp-content/uploads/2022/05/InformeAnualCF2021.pdf>
- Corporación Favorita. (2018). Informe 2018. Recuperado de [https://issuu.com/corporacionfavorita/docs/informe\\_cf\\_2019](https://issuu.com/corporacionfavorita/docs/informe_cf_2019)
- Danec.com (2022). Informe social 2017-2020 Grupo Danec. Recuperado de <https://danec.com.ec/wp-content/uploads/2022/04/INFORME-SOCIAL-2017-2020-DANEC.pdf>
- Educación.navarra.es. (s. f.). Valores humanos, competencias transversales (soft skills) y emprendimiento. Recuperado de <https://www.educacion.navarra.es/documents/27590/203401/VALORES+HUMANOS+Y+EMPREDIMIENTO.pdf/f3496fa4-5751-42c5-931f-da370296ccfb>
- IMIENTO.pdf/f3496fa4-5751-42c5-931f-da370296ccfb García, M. (s. f.). Capital humano y su aportación al resultado de la empresa: análisis en el sector industrial. Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/16668/Tesis935-160406.A3CABB4516548D3924F1?sequence=1>
- Granda, G. (2018). Habilidades blandas aplicadas en el servicio al cliente como fuente de ventaja competitiva de las empresas del sector de comercialización de electrodomésticos. Quito; Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador. Recuperado de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6132/1/T2636-MAE-Granda-Habilidades.pdf>
- lafabril.com.ec. (2022). Código de Ética Grupo La Fabril. Recuperado de [https://www.lafabril.com.ec/wp-content/uploads/2018/12/codigo\\_de\\_etica\\_2018.pdf](https://www.lafabril.com.ec/wp-content/uploads/2018/12/codigo_de_etica_2018.pdf)
- lafabril.com.ec. (2022). Memoria de sostenibilidad 2019-2020 séptima edición. Recuperado de <https://www.lafabril.com.ec/wp-content/uploads/2022/03/LaFabrilMemoriaEspanol.pdf>
- lafabril.com.ec. (2022). Sostenibilidad: Política Integrada. Recuperado de <https://www.lafabril.com.ec/politicas-integrada/>
- Manpowergroup.com.mx (2019). Se buscan personas: los robots las necesitan. Recuperado de [https://www.manpowergroup.com.mx/wps/wcm/connect/manpowergroup/4b4e85e9-e77d-4226-8b1e-dc8eb968b5c5/MPG\\_WEF\\_SkillsRevolution\\_4.0\\_MX-b.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT\\_TO=url&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18\\_2802IK01OORA70QUFIPQ192H31-](https://www.manpowergroup.com.mx/wps/wcm/connect/manpowergroup/4b4e85e9-e77d-4226-8b1e-dc8eb968b5c5/MPG_WEF_SkillsRevolution_4.0_MX-b.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_2802IK01OORA70QUFIPQ192H31-4b4e85e9-e77d-4226-8b1e-dc8eb968b5c5-mAdh0um)
- O'Donnell, K. (2007). Valores humanos en la empresa. Almuzara.
- observatoriorh.com (22 de marzo de 2019). Las 10 habilidades blandas que las compañías y sus empleados deberán trabajar este año. Recuperado de <https://www.observatoriorh.com/orh-posts/las-10-habilidades-blandas-que-las-companias-y-sus-empleados-deberan-trabajar-este-ano.html>
- Paredes, A., Moreira, M., Cerna, N., & Martillo, Í. (2022). Administración de recursos humanos: fortalecimiento del teletrabajo: del control presencial al control virtual. Guayaquil, Ecuador.
- CIDEPRO. Recuperado de <https://libros.cidepro.org/index.php/cidepro/catalog/download/69/64/208-1?inline=1>
- Tierno, B. (1996). Valores Humanos. Taller de editores S. A.

## ANÁLISIS DE LOS MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD ENFOCADOS A ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

### ANALYSIS OF QUALITY MANAGEMENT MODELS FOCUSED ON FOOD AND BEVERAGE ESTABLISHMENTS

*Keila Vilema Herrera, Ketty Herrera Rivas, Paola Zambrano Proaño, Sergio Torres Quiroga*

*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, este tipo de investigación recopila datos relevantes sobre el participante y sobre el tema en particular a investigar, en donde se realizaron encuestas a los consumidores de los diversos restaurantes de la zona para determinar y realizar un diagnóstico de la gestión de la calidad de los establecimientos turísticos de Alimentos y Bebidas que están ubicados en el Puerto Santa Ana. Dichos establecimientos desempeñan un papel fundamental en la industria del turismo ya que se han convertido en espacios de encuentros y disfrute para los turistas, es por ello que la calidad es sustancial en estos restaurantes. La aplicación del instrumento de medición de la calidad utilizado, nos da como resultado que en los establecimientos de A&B en el Puerto Santa Ana, existen componentes como la calidad de su servicios, la asequibilidad en cuanto a los costos de sus productos, la rapidez del servicio, la higiene y la experiencia; donde se deben considerar en optar por estrategias que permitan que los clientes puedan tener una mejor experiencia en su visita, además de crear momentos memorables en los consumidores y así poder obtener una ventaja competitiva en el mercado.

**Palabras clave:** Modelo, Gestión, Calidad, Establecimientos de A&B

#### Abstract

This research has a quantitative approach, this type of research collects relevant data on the participant and on the particular topic to investigate, where surveys were conducted to consumers of various restaurants in the area to determine and make a diagnosis of the quality management of food and beverage tourist establishments that are located in Puerto Santa Ana. These establishments play a fundamental role in the tourism industry since they have become meeting and enjoyment spaces for tourists, which is why quality is substantial in these restaurants. The application of the quality measurement instrument used, gives us as a result that in the A&B establishments in Puerto Santa Ana, there are components such as the quality of their services, affordability in terms of the costs of their products, speed of service, hygiene and experience; where they should be considered in opting for strategies that allow customers to have a better experience in their visit, in addition to creating memorable moments in consumers and thus be able to obtain a competitive advantage in the market.

**Keywords:** Model, Management, Quality, F&B Establishments





## 1. Introducción

En la actualidad los establecimientos de alimentos y bebidas desempeñan un papel fundamental en la industria de los viajes, estos establecimientos no solo representan un lugar donde adquirir alimentos, sino que también se han convertido en espacios de encuentros y disfrute para los turistas. Con el paso del tiempo los establecimientos de A&B han evolucionado para adaptarse a las diferentes necesidades de los clientes, para ello han adquirido diferentes estrategias y métodos, con el fin de complacer y generar una experiencia única en el cliente.

La calidad es un aspecto que ha adquirido una importancia significativa en estos establecimientos, por lo que es sustancial que dichos establecimientos tengan como prioridad ofrecer un servicio de calidad, en tal sentido existen modelos de gestión de calidad los cuales son instrumentos de autoevaluación que buscan analizar la calidad de los servicios y productos que se ofrecen a fin de detectar errores, fallos y desviaciones.

En el presente trabajo de investigación se pretende analizar los modelos de gestión de calidad en establecimientos de alimentos y bebidas del puerto Santa Ana de la ciudad de Guayaquil, Ecuador, con el fin de identificar que modelos de gestión de calidad utilizan dichos establecimientos.

Para conocer acerca de la calidad es importante investigar previamente su concepto, sin embargo, hay que tener en cuenta que dentro de la literatura no existe una definición única que puede considerarse universal.

Como punto de partida se puede tomar la definición de Herrero (2020) que define a la calidad como “una propiedad o un conjunto de propiedades inseparables a algo, la cual permiten juzgar su valor” (p. 7). En esta definición el autor le atribuye al concepto de calidad un cierto carácter de instrumento valorador que permite la comparación.

En cuanto a la calidad, para Quinatoa (2022), “es un grado de conformidad de un producto o servicio con relación a una norma o estándar, también, alega que la calidad es el conjunto de características que posee un producto o servicio y la capacidad de satisfacción del cliente” (p. 9).

Se observa que el autor relaciona la calidad con un conjunto de características, normas y estándares que posee un producto o servicio y que esta se evalúa en función de la capacidad de satisfacción del cliente.

Por su parte (Escobar Aguirre & Goyes Redroban, 2019) afirman que la calidad es un concepto que se encuentra asociado a la esencia del ser humano, desde los orígenes el concepto de calidad ha ido cambiando con el hombre,

y esta se ha hecho conocida por buscar y hacer las cosas de la mejor forma posible.

Los autores presentan otra perspectiva de calidad, abarcan diferentes aspectos como el origen del ser humano y su evolución, sin embargo, al igual que otros conceptos afirman que la calidad tiene como propósito que las cosas resulten de la mejor forma posible.

### 1.1. Calidad Turística

Para los autores (Baluarte Navarro & Bravo Medina, 2019), la calidad turística es la mezcla adecuada de atractivos, servicios y facilidades, las cuales son capaces de motivar al turista a realizar un viaje además de brindarle una experiencia plenamente satisfactoria. En esta definición el autor integra a la calidad la oferta y demanda y establece que está se asocia a la experiencia satisfactoria del turista por medio de la motivación.

En cambio (Gutiérrez, 2023) afirma que la calidad turística se debe contemplar desde los aspectos social, económico y ambiental, de la misma forma es de gran importancia que las empresas se basen en estos aspectos, ya que estos les generan oportunidades en su gestión, operación y mejora, de este modo brindar un mejor servicio a sus clientes. El autor destaca la importancia de

la calidad turística en tres aspectos importantes que son lo económico, ambiental y social y que las empresas deben tener en cuenta estos aspectos fundamentales para aprovechar las oportunidades que brindan.

### 1.2. Calidad en el producto

Como menciona (Aimacaña, 2019) si un producto cumple con las expectativas de un cliente, se puede considerar de calidad, sin embargo, si este no cumple con todas las expectativas del mismo, el cliente quedara decepcionado porque no cumple con las características que él tenía en mente. Pero si sobrepasa sus expectativas, el cliente estaría pagando por características que no desea realmente.

Este párrafo quiere decir que existe una ligera línea que el producto o servicio no debe cruzar a gran escala para lograr cumplir las expectativas del cliente, es decir, que si no cumple las expectativas, ya no se considera de calidad, porque le falta ese recurso de valor que los consumidores buscan en un producto o servicio, sin embargo si supera significativamente sus expectativas, dicho producto ya no estaría acorde al precio ofertado porque el consumidor está pagando por funciones y cualidades que no requiere, es por ello que se recomienda que el producto o servicio aventaje en menor escala las expectativas del cliente, pues así,



lograremos que éste quede sorprendido con las características del producto y que al mismo tiempo mantenga la lealtad que ha tenido con el producto o servicio ofertado.

### 1.3. Gestión de la calidad

Según lo expuesto por (Campos & Diago, 2019) la gestión de la calidad involucra un cambio significativo en la compañía, porque es aquí donde intervienen todos los miembros de la empresa, entendiéndose como una responsabilidad simultánea.

Es por este motivo que se recomienda efectuar un sistema de mejora continua, a través de un sistema de gestión que brinde la oportunidad de ser interactivo, teniendo muy en cuenta al proveedor, ya que es él, quien es considerado como un punto clave en la cadena de valor del producto ofrecido.

Es indispensable aludir que la gestión de la calidad es un valor agregado para las organizaciones a nivel mundial, pues es considerada como estrategias y necesidades relevantes, ya que éste ejecuta y promueve políticas de calidad que son de manera permanente, porque tienen el objetivo de conducir a las actividades y los procesos a obtener un nivel elevado de calidad del servicio al público, satisfaciendo las necesidades y exigencias que pueden tener los consumidores o los clientes potenciales. Es por todo esto que se recomienda

a las empresas tener mayor cautela al momento en el que ofrecen un servicio a los comensales, es por ello que deberán mostrar toda su experiencia a través de sus conocimientos que tengan al momento de realizar los procesos (Loor & Vélez, 2022) En este párrafo se puede apreciar como el autor induce a las empresas a estar atentos y tener especial atención a como el personal ofrece el servicio, es decir, que ellos deben demostrar conocimiento y habilidades destacadas al momento de realizar sus actividades haciendo alusión a la experiencia que ofrece el establecimiento turístico de alimentos y bebidas.

### 1.4. Principios de la gestión de la calidad

Para (Campos & Diago, 2019) existen 6 principios que son esenciales para la gestión de la calidad:

**Gráfico 1.**  
**Principios de la calidad turística**



1. El primer principio se denomina Consecución de la plena satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente (interno y externo), y este se refiere a la implementación de mejoras continuas que se basen en alcanzar la máxima satisfacción del cliente ya sea en cuanto a sus necesidades o las expectativas que tenga el mismo.

2. El segundo principio se denomina Desarrollo de un proceso de mejora continua en todas las actividades y procesos llevados a cabo en la empresa (implantar la mejora continua tiene un principio, pero no un fin), hace referencia a que la empresa como tal debe perfeccionar e implementar nuevas estrategias que le ayuden a optimizar sus ventas, realizando cambios en las diversas áreas de su compañía que le ayuden a mejorar sus actividades y procesos.

3. El tercer principio se denomina Total, compromiso de la Dirección y un liderazgo activo de todo el equipo directivo, se refiere a que tanto el personal como los ejecutivos deben tener actitud de liderazgo, es decir, que sepan cómo ganarse la confianza y respeto tanto de los miembros de la compañía, proveedores, como de los clientes.

4. El cuarto principio se denomina Participación de todos los miembros de la organización y fomento del trabajo en

equipo hacia una Gestión de Calidad, se refiere a que todos los miembros de la empresa sean un equipo que se basa en la comunicación y compañerismo, ya que un ambiente laboral óptimo mejora significativamente el desempeño de sus colaboradores y por ende aumentan las ventas.

5. El quinto principio se denomina El proveedor se involucra en el sistema de Calidad de la empresa, dado el fundamental papel de éste en la consecución de la Calidad en la empresa, en este principio se menciona que proveedor es una parte fundamental en el sistema de la calidad de una empresa, ya que éste tiene la misma importancia en el proceso de calidad como los demás involucrados de la compañía.

6. El sexto principio se denomina Identificación y Gestión de los Procesos Clave de la organización, superando las barreras departamentales y estructurales que esconden dichos procesos, el cual nos muestra que la compañía debe estar con constante innovación para poder identificar cuáles son los nuevos procesos de gestión de calidad que pueden implementar para mejorar significativamente los procesos de la empresa.

7. El séptimo principio se denomina Toma de decisiones de gestión basada en datos y hechos objetivos. Dominio del manejo de la información, en el cual

se menciona que los colaboradores de la asociación deben ser capaces de brindar soluciones a los problemas que se les presenten al realizar sus actividades, del mismo modo deben ser personas capacitadas con el manejo de la información correspondiente para que puedan brindar soluciones basadas en datos y en hechos que sean objetivos.

### 1.5. Modelos de gestión de calidad

En resumen se podría decir, como lo menciona (Pilla F. , 2022) en su proyecto de investigación la calidad es mucho mas que un modelo de gestión empresarial, este sería una cultura que tiene como objetivo la satisfacción de las necesidades de los clientes, es un conjunto de métodos que tiene como finalidad gestionar una empresa basada en principios y orientada mejora continua de innovar los procesos y los nuevos productos o servicios a brindar dentro de los establecimientos.

Es por ello que existen varios modelos que se pueden tomar como referencia para obtener una buena gestión de calidad, como por ejemplo está el modelo Modelo Norteamericano de la excelencia Malcom Baldrige, El modelo europeo de excelencia EFQM, El ciclo de mejora PDCA, Sistema de Inocuidad de los Alimentos ISO 2002:2005, IRAM-SECTUR, Buenas Prácticas de Manufactura, Modelo SERVQUAL Como menciona (Quinatoa , 2022) los modelos

de gestión de calidad son una guía en el proceso, que se enfoca en mejorar los servicios y productos de una empresa, ya que este se lo considera como parte primordial para que los negocios tengan un buen desarrollo económico.

Es importante considerar los modelos de gestión de calidad ya que es fundamental para que una organización pueda brindar un producto o servicio de calidad a sus clientes, y así de esta manera las empresas puedan desarrollarse de manera adecuada y evitar errores que afecten la economía de la misma.

Así mismo para (Nieto, 2020) el concepto de modelo proviene del italiano "modello", la cual se establece como una palabra a la cual se le da múltiples usos, con varios significados, en cambio, el término de gestión proviene del griego "gesio" que significa una acción y un efecto de un grupo de procesos los cuales pueden ser utilizados para solucionar un problema.

### 1.6. Establecimientos de alimentos y bebidas

Según (Cubas, 2020) los establecimientos de alimentos y bebidas deben tener una imagen positiva que les permita posesionar su marca en la mente de cada uno de los clientes, realizando técnicas que permita establecer experiencias únicas en el consumo de cada una de las

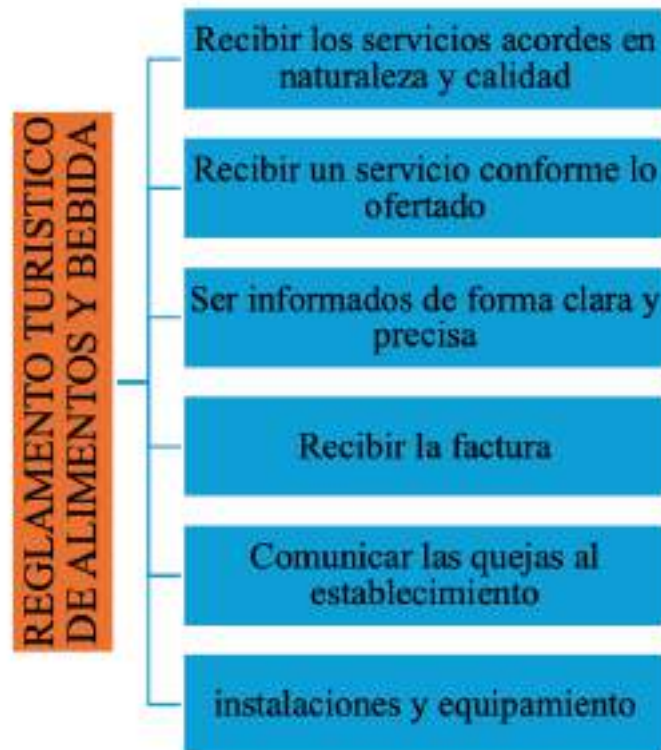
personas que consumen sus productos. Los establecimientos de alimentos y bebidas son lugares que se encarga de brindar productos, donde deben realizar métodos que se enfoquen en generen una buena experiencia en el consumidor.

Como menciona (Salazar, Díaz , Benalcázar, & Acuña, 2019) estudiar estas actividades de gestión administrativa, en el sector de alimentos y bebidas, permite entender la realidad de cómo se desenvuelven los gerentes, empresarios o propietarios durante su administración y, más aún, permite conocer el nivel de gestión que existe en un sector geográfico, en especial en aquellas zonas donde se desarrolla una dinámica gastronómica y turística muy fuerte y representativa.

Como menciona el autor las actividades que se realizan en ese sector turístico en particular permite entender las funciones de todo el personal y sus estrategias para enfrentar los obstáculos, dándonos paso a conocer cuáles son los niveles de gestión que utilizan dichas empresas.

Para el (Ministerio de turismo , 2018) existe el Art. 5.- Derechos del usuario o consumidor. - Los consumidores de los diversos establecimientos turísticos de alimentos y bebidas son acreedores a los siguientes derechos:

**Gráfico 2.**  
**Reglamento turístico de alimentos y bebida**



En el Reglamento Turístico de los Alimentos y Bebidas, se mencionan varios derechos que los usuarios de éstos son acreedores, en los cuales se pueden destacar que todos los consumidores tienen el derecho de ser bien informados acerca de los precios de los alimentos y bebidas de mforma clara y precisa, del mismo modo que

se le sea otorgada una factura de acuerdo a lo ofrecido y consumido en el establecimiento; también menciona que el servicio brindado debe ser conforme a lo ofertado, caso contrario el usuario está en todo su derecho de comunicar sus quejas a dicho establecimiento, por medio de un libro de reclamos; y por último, menciona

que todo establecimiento turístico de alimentos y bebidas debe contar con instalaciones y equipamiento que esté en óptimas condiciones, es decir, que deben ser higiénicos, no tendrán signos de deterioro, estarán en correcto funcionamiento y lo más importante es que éstos sean accesibles para todos los usuarios.

### 1.7. Modelos de gestión de calidad en establecimientos de alimentos y bebidas

A continuación, se detallará lo principales modelos propuestos por los gurús de la gestión de la calidad, Deming, Juran y Crosby.

**Gráfico 3.**  
**Modelos de gestión de calidad en establecimientos de A&B**



## 2. Metodología

La metodología aplicada en esta investigación es cuantitativa, la cual es considerada como un medio para poder comprender y explorar como los individuos o grupos consideran un problema social o humano, este tipo de investigación comprende diversas preguntas en donde el encuestador recopila datos relevantes sobre el participante y sobre el tema en particular a investigar, es decir, que este enfoque cuantitativa se analiza a través de encuestas, en donde se cuestiona si el consumidor está satisfecho con la atención del personal del establecimiento turístico de alimentos y bebidas, que tan conforme se sienten con respecto a la infraestructura del

local, la limpieza del restaurante, los platillos ofertados, entre otros.

## 3. Resultados

La aplicación de las encuestas a los turistas presenta los siguientes resultados. La encuesta fue aplicada para los clientes de los restaurantes ubicados en el puerto Santa Ana, se evaluó principalmente la calidad del servicio al cliente, se determinó el rango del nivel de la calidad del servicio en los establecimientos, para ellos se tomaron en cuenta diferentes aspectos como la atención del personal hacia el cliente, la higiene y limpieza del lugar, entre otros parámetros, que se detalla a continuación:

**Gráfico 4. Sexo**



En la primera pregunta se puede observar los resultados en referencia al género de los clientes que visitan los restaurantes del puerto Santa Ana, se determina que el 63.9% de encuestados son de género femenino y el 36.1% de encuestados son de género masculino.

**Gráfico 5. Edad**



En el grafico se muestra que el 55,7 % de los clientes que visitan los Restaurantes del puerto Santa Ana comprenden de 18 a 28 años; seguido de 29 a 38 años con el 21,3%; de 39 a 49 años con el 18 %; y más de 49 años con el 4,9 %.

**Gráfico 6. Nacionalidad**





Tal como se puede apreciar en el gráfico, los resultados dejan en evidencia que la nacionalidad de los clientes encuestados es de un 100% de ecuatorianos.

**Gráfico 7. Disposición por parte del personal**



Se aprecia que el 31,1% de los encuestados se encuentran en desacuerdo con la disposición del personal para adaptarse a las necesidades y preferencias del cliente durante su visita, así mismo se puede observar que existe un porcentaje del 21,3% que se encuentra de acuerdo o le es indiferente y un porcentaje menor con el 13.1% se encuentran totalmente de acuerdo y totalmente en desacuerdo.

**Gráfico 8. Rapidez en la atención**



Se puede observar que existen una igualdad en porcentaje con respecto a la opinión de los clientes acerca de la rapidez en la atención del personal, el 24,6% le es indiferentes o están en desacuerdo, mientras que el 19,7% se encuentra de acuerdo, el 18% están totalmente en desacuerdo y el 13.1% están totalmente de acuerdo.

**Gráfico 9. Conocimientos por parte del personal**



Con lo relacionado al conocimiento del personal acerca de los platos, ingredientes o recomendaciones especiales, el 27,9% de los encuestados se encuentran en desacuerdo, el 23% le es indiferente, el 18% están de acuerdo, el 16,4 están totalmente de acuerdo y un 14,8% están totalmente en desacuerdo.

**Gráfico 10. Calidad de los ingredientes**





El 29,5% de los encuestados se encuentran en desacuerdo con respecto a la calidad de los ingredientes utilizados para elaborar los platillos, mientras que el 27,9% le es indiferentes, así mismo se puede observar que existen un porcentaje de encuestados que se encuentran de acuerdo como totalmente de acuerdo con un 16,4% y un 9.8% se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Gráfico 11. Variedad de alimentos y bebidas**



Con base en los resultados de la gráfica, se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados se encuentran indiferente con la variedad de alimentos y bebidas en el menú que ofrece los restaurantes, de igual manera se puede observar que un 23% están en desacuerdo en este aspecto, mientras que un poco porcentaje se encuentran de acuerdo con el menú ofrecido.

**Gráfico 12. Presentación de los platos**



Se puede apreciar que el porcentaje mayor de los encuestados se encuentra en desacuerdo con respecto a la presentación de los platillos ofertados son atractivos visualmente con un 32,8%, le es indiferente a un 21,3%, se encuentran de acuerdo y totalmente de acuerdo con un 16,4%, y un 13,1% se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Gráfico 13. Ambientación y diseño del restaurante**



Para la mayor parte de los clientes encuestados consideran que la ambientación y el diseño del restaurante contribuye a una experiencia agradable, del mismo modo un 16.4% están en total desacuerdo con respecto a este aspecto, lo que se puede definir que para tener una buena vivencia en un lugar de alimentos y bebidas es considerable mantener un ambiente apropiado.

**Gráfico 14. Higiene y orden del restaurante**



En este apartado se puede observar, teniendo como referencia a la higiene y orden de los establecimientos turísticos del Puerto Santa Ana el 14,8% de los encuestados están de acuerdo en que la higiene y orden del local es óptima, sin embargo, el gráfico demuestra que el 24,6% de los participantes consideran estar en desacuerdo con respecto a este apartado.

**Gráfico 15. Asequibilidad de los precios**



Se puede observar que tan solo el 9,8% de los consumidores está en total acuerdo con respecto a que los precios de los alimentos y bebidas proporcionados en los diversos establecimientos del Puerto Santa Ana son asequibles, sin embargo, el 29,5% piensa con contrario y están en desacuerdo con respecto a esta interrogante.

**Gráfico 16. Aspectos importantes**



El gráfico demuestra que los clientes que acuden a los establecimientos de alimentos y bebidas en el Puerto Santa Ana mencionan que el aspecto más importante a considerar en estos locales es la calidad, ya que el 34,4% seleccionaron este ítem, sin embargo, el 8,2% de los encuestados creen que lo primordial en un establecimiento turístico es la experiencia.

Como se puede observar los establecimientos turísticos de Alimentos y Bebidas en el Puerto Santa Ana poseen muchos elementos que hacen que se consideren empresas aptas para ser visitadas por los comensales, sin embargo, como muestran los resultados de las encuestas realizadas, destacando los servicios en cuanto a calidad brindada por los restaurantes, la asequibilidad, la rapidez del servicio, la higiene y la experiencia, los consumidores consideran que dichos establecimientos podrían mejorar y tener un mayor cuidado en estos apartados para así poder atraer a más clientes.

Es por ello que se recomienda a estos establecimientos, implementar estrategias que ayuden a fidelizar a los clientes y futuros comensales, con la innovación de sus productos culinarios, ya que la imagen de un restaurante se complementa con los platillos que puede ofertar junto con la atención brindada por parte del personal, todos estos indicadores reflejan la calidad de un establecimiento turístico. Teniendo como cierre de esta discusión que los clientes que visitan estos establecimientos se enfocan en la

calidad del servicio, en los platillos e instalaciones, antes que en la asequibilidad, rapidez y experiencia. Demostrando que la calidad de servicio es un factor primordial para los establecimientos de restauración, otorgándoles una ventaja competitiva, ya que, la adecuada prestación del servicio recompensa con el incremento de la demanda turística en el sector Puerto Santa Ana.

## 5. Conclusiones

De acuerdo con el estudio realizado, se concluye que los modelos de gestión de calidad son una herramienta fundamental en los establecimientos de A&B del Puerto Santa Ana, ya que de esta manera se puede garantizar la excelencia en cuanto a los alimentos que se ofrece, la atención que puede recibir los clientes y la gran experiencia en las mentes de los consumidores.

De igual manera, con los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada, se puede concluir que en los establecimientos de A&B en el Puerto Santa Ana, existen componentes como la calidad de su servicios, la asequibilidad en cuanto a los costos de sus productos, la rapidez del servicio, la higiene y la experiencia; donde se deben considerar en optar por estrategias que permitan que los clientes puedan tener una mejor experiencia en su visita, además de crear momentos memorables en los consumidores y así poder obtener una ventaja competitiva en el mercado.

## 6. Referencias

- Aimacaña , I. (2019). Procesos de calidad y la Satisfacción de los Socios, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito SUMAK KAWSAY Ltda., de la ciudad de Latacunga. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6551/1/111%20MKT.pdf>
- Baluart Navarro, K. F., & Bravo Medina, C. J. (2019). Recuperado el 3 de Enero de 2024, de [http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/746/BALUARTE\\_BR AVO\\_TESIS\\_TITULO\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/746/BALUARTE_BR AVO_TESIS_TITULO_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Campos, C., & Diago, F. (19 de abril de 2019). Repositorio Academico de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628039/CamposC\\_D.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628039/CamposC_D.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cubas, C. (2020). Entretenimiento Auditivo en el consumo de Alimentos y Bebidas en Restaurantes y Bares”: una revisión de la literatura científica. Obtenido de repositorio UPN:<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25815/Cubas%20Cachy%2c%20Carlos%20Antonio%20Agustin.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Escobar Aguirre, J. G., & Goyes Redroban, J. V. (Septiembre de 2019). Recuperado el 3 de Enero de 2024, de <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/329f9f65-ad2e-42a1-83d4-49f5b1c5ab24/content>
- Gutiérrez , L. (2023). Sistemas de calidad turística en Costa Rica: Accesibilidad y desafíos para suimplementación en emprendimientos y PYMES turísticas en el contexto pandémico. Espiga, 26.
- Herrero Gonzales , A. (7 de Semptiembre de 2020). Recuperado el 3 de Enero de 2024, de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/45890/TFG-E-1044.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jácome Villacrés, L. V., Zambrano, J. M., & Macías Barberán , J. R. (2021). Sistema de calidad de servicios para negocios de alimentos y bebidas en el cantón sucre. Revista Sinapsis.
- Lloor, J., & Vélez, E. (18 de agosto de 2022). Digital Publisher. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8561189>
- Lucero, J. (2020). Modelos de gestión de calidad utilizados en las Pymes de servicio del sector automotriz en el norte de Quito. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7207/1/T3108-MAE-Lucero-Modelos.pdf>
- Ministerio de turismo . (2018). REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas\\_OCTUBRE.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf)
- Nieto, L. (2020). MODELO DE GESTIÓN COMO HERRAMIENTA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL RESTAURANTE CALIFORNIA DE LA CIUDAD DE LA TACUNGA . Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7307/1/MUTC-000760.pdf>
- Pacheco, F. (Mayo de 2022). Modelos de gestión de la calidad de los servicios en el restaurante típico mi tierra. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3655/1/77941.pdf>
- Pilla , O. (2019). Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de [https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29573/1/Tesis\\_t1556id.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29573/1/Tesis_t1556id.pdf)
- Pilla, F. (mayo de 2022). Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3655/1/77941.pdf>
- Quinatoa , J. A. (Junio de 2022). MODELO DE GESTIÓN DE CALIDAD DE PROCESOS PARA SERVICIOS. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3698/1/77983.pdf>
- QuinatoaArequipa,J.(Junio de 2022). Recuperado el 3 de Enero de 2024, de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3698/1/77983.pdf>
- Salazar, D., Díaz , P., Benalcázar, L., & Acuña, J. (2019). Gestión administrativa en establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el sector de La Ronda del centro histórico de la ciudad de
- Quito (Ecuador). Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, 12. Uris Selles , J., & Flores Pardo , E. (2019). Modelos de Gestión de Calidad y Procesos . Obtenido de [https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/140688/5/Organizaci%C3%B3n%20y%20gesti%C3%B3n%20de%20los%20procesos%20sanitarios\\_M%C3%B3dulo%205\\_Modelos%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20y%20procesos.pdf](https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/140688/5/Organizaci%C3%B3n%20y%20gesti%C3%B3n%20de%20los%20procesos%20sanitarios_M%C3%B3dulo%205_Modelos%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20y%20procesos.pdf)
- Yanchaliquin , L. (2020). Universidad Tecnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32241/1/180404160-4%20LUI%20EDUARDO%20YANCHALIKUIN%20ESPINOZA.pdf>



## ANÁLISIS DE RIESGOS EN LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN CON LA IMPLEMENTACIÓN DE IA EN LOS SISTEMAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

### RISK ANALYSIS IN INFORMATION SECURITY WITH THE IMPLEMENTATION OF AI IN CUSTOMER SERVICE SYSTEMS

<sup>1</sup>Karen Lisette Estacio Corozo, <sup>2</sup>William Lenin Chenche Jácome

<sup>1</sup>Instituto Superior Tecnológico ARGOS

<sup>2</sup>Universidad de Guayaquil

#### Resumen

Esta investigación es un estudio documental descriptivo que realiza una revisión exhaustiva de la literatura, incluyendo artículos científicos, informes de la industria como los de ESET y estudios sobre la implementación de la inteligencia artificial (IA) en sistemas de atención al cliente. El objetivo principal es evaluar los riesgos y vulnerabilidades en la seguridad de la información que surgen con la implementación de la IA, identificar las principales amenazas y proponer medidas preventivas y correctivas para proteger los datos sensibles y garantizar la integridad de los sistemas. Los hallazgos indican que, aunque la IA mejora significativamente la eficiencia y automatización en la atención al cliente, también introduce riesgos importantes como errores en los algoritmos, vulnerabilidades en la privacidad de los datos y un aumento en incidentes de seguridad como el robo de información y ataques de ransomware. Para mitigar estos riesgos, la literatura recomienda implementar medidas como el cifrado robusto de datos, la privacidad diferencial, la autenticación multifactor y el control de acceso basado en roles. Además, se enfatiza la importancia del monitoreo continuo, la gestión de parches, auditorías de seguridad periódicas y procedimientos sólidos de copia de seguridad y recuperación, asegurando así una respuesta efectiva ante incidentes de seguridad y la protección de los datos sensibles.

**Palabras clave:** Riesgo, Seguridad de la Información, IA, Atención al Cliente.

#### Abstract

This research is a descriptive documentary study that conducts an exhaustive literature review, including scientific articles, industry reports such as those from ESET, and studies on the implementation of artificial intelligence (AI) in customer service systems. The main objective is to evaluate the risks and vulnerabilities in information security that arise with the implementation of AI, identify the primary threats, and propose preventive and corrective measures to protect sensitive data and ensure the integrity of the systems. The findings indicate that although AI significantly improves efficiency and automation in customer service, it also introduces important risks such as errors in algorithms, vulnerabilities in data privacy, and an increase in security incidents like data theft and ransomware attacks. To mitigate these risks, the literature recommends implementing measures such as robust data encryption, differential privacy, multifactor authentication, and role-based access control. Additionally, the importance of continuous monitoring, patch management, periodic security audits, and robust backup and recovery procedures is emphasized, thereby ensuring an effective response to security incidents and the protection of sensitive data.

**Keywords:** Risk, Information Security, AI, Customer Service.

## 1. Introducción

La implementación de la Inteligencia Artificial (IA) en los sistemas de atención al cliente ha revolucionado la forma en que las empresas interactúan con los clientes, ofreciendo importantes ventajas en términos de automatización, eficiencia y personalización.

Los sistemas impulsados por IA, como los chatbots, asistentes virtuales y algoritmos de aprendizaje automático, mejoran las experiencias de los clientes al proporcionar respuestas más rápidas y precisas, reducir los costos operativos y permitir la disponibilidad de servicio las 24 horas del día (Davenport & Ronanki, 2018).

Sin embargo, junto con estos beneficios surgen varias vulnerabilidades, particularmente en la seguridad de la información, que plantean riesgos significativos durante la fase de implementación (Lawlor, 2021).

El aprendizaje automático (ML) junto con la IA pueden generar tanto valor como destruirlo en el contexto empresarial.

Estas tecnologías prometen mejorar la eficiencia de los procesos, reducir costos y optimizar la toma de decisiones. No obstante, el valor generado depende de la adecuada gestión de los elementos involucrados y de las decisiones resultantes de los algoritmos.

Si los algoritmos arrojan resultados incorrectos, estos errores pueden replicarse rápidamente, afectando la reputación de la empresa.

Para cualquier sistema de IA, se identifican tres componentes clave iniciando por los datos de entrada, seguido de los algoritmos de procesamiento, incluyendo aprendizaje supervisado y no supervisado, y las decisiones de salida. La calidad y fiabilidad de cada uno de estos componentes es esencial para evitar la destrucción de valor (Canhoto y Clear, 2019).

Los sistemas de IA dependen en gran medida de grandes conjuntos de datos que a menudo contienen información confidencial de los clientes. El aumento de la sofisticación de los ciberataques, como el phishing, el ransomware y el malware basado en troyanos, convierte a estos sistemas en objetivos principales de explotación. Según el Informe de Ciberseguridad de ESET (2024), el 69% de las organizaciones en América Latina reportaron al menos un incidente de seguridad en el último año, siendo el robo de datos y el acceso no autorizado las principales preocupaciones.

Dada esta realidad, es sumamente importante para las organizaciones evaluar los riesgos y vulnerabilidades que la IA introduce en los sistemas de atención al cliente, centrándose en las

posibles amenazas a la integridad de los datos y proponiendo medidas para mitigar estos riesgos.

El objetivo de esta investigación es evaluar los riesgos y vulnerabilidades en la seguridad de la información que surgen durante la implementación de la IA en los sistemas de atención al cliente, identificar las principales amenazas y proponer medidas preventivas y correctivas para proteger los datos sensibles y garantizar la integridad de los sistemas en base a la revisión de la literatura.

## 2. Metodología

Esta investigación es un estudio documental descriptivo basado en una revisión exhaustiva de la literatura. Se recopilaron datos de artículos científicos, informes de la industria y tendencias de ciberseguridad, incluidos informes de ESET y estudios sobre la implementación de IA.

Se iniciará abordando conceptos teóricos de IA y en la sección resultados se expondrán los riesgos y vulnerabilidades de la integración de IA en sistemas de atención al cliente finalizando con las recomendaciones para garantizar la seguridad de la información.

### 2.1 Historia y evolución de la inteligencia artificial

La IA, como campo de estudio, comenzó

oficialmente en la década de 1950, con pioneros como John McCarthy, quien acuñó el término "inteligencia artificial" en 1956. Desde entonces, la IA ha evolucionado desde simples reglas programadas hacia modelos avanzados basados en el aprendizaje automático y el procesamiento de lenguaje natural.

Los primeros sistemas de IA estaban limitados a tareas sencillas, pero con el tiempo, el aumento en la capacidad computacional y el acceso a grandes volúmenes de datos han permitido el desarrollo de sistemas complejos capaces de interactuar de manera efectiva con los clientes (Russell & Norvig, 2021).

#### 2.1.1 IA en atención al cliente.

Durante los años 2000, las empresas comenzaron a integrar sistemas de IA en la atención al cliente mediante chatbots básicos. Sin embargo, fue en la última década cuando se produjo un cambio significativo, con la incorporación de algoritmos de aprendizaje profundo y modelos de lenguaje natural como GPT-3, que han revolucionado la capacidad de las máquinas para mantener conversaciones complejas (Goodfellow, Bengio, & Courville, 2016).

### 2.2 Conceptos básicos de inteligencia artificial

La IA se refiere a la capacidad de los sistemas informáticos para



realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana, como el reconocimiento de voz, la toma de decisiones y la resolución de problemas.

### 2.3 Tipos de inteligencia artificial

**2.3.1 IA débil o específica.** Se centra en realizar una tarea específica, como la atención al cliente. Los sistemas de IA débil no poseen verdadera "inteligencia" en el sentido humano, sino que operan dentro de parámetros predefinidos (Russell & Norvig, 2021).

**2.3.2 IA fuerte o general.** Aspira a tener una capacidad cognitiva similar a la humana, permitiendo la resolución de problemas en una variedad de contextos. Aunque este tipo de IA aún no se ha logrado completamente, representa un área activa de investigación.

**2.4 Inteligencia artificial especializada en atención al cliente** La IA débil es la que ha sido más ampliamente implementada en la atención al cliente. Los sistemas especializados, como los chatbots, están diseñados para manejar un conjunto limitado de interacciones, como responder preguntas frecuentes o procesar solicitudes comunes (Sheehan, 2020). La IA en la atención al cliente utiliza varios algoritmos y modelos, como el procesamiento del lenguaje natural (PLN) y redes neuronales profundas. Estos modelos permiten a los sistemas comprender y generar lenguaje de manera más eficiente.

**2.5 Procesamiento del lenguaje natural (PLN)** El PLN permite a las computadoras entender y generar lenguaje humano. Los chatbots y asistentes virtuales que emplean PLN pueden procesar consultas en lenguaje natural y responder de manera coherente. Modelos avanzados como GPT y BERT se han destacado por su capacidad para generar respuestas con un alto grado de precisión (Devlin et al., 2019).

**2.6 Redes neuronales profundas** Las redes neuronales profundas, un subconjunto del aprendizaje automático, se utilizan para mejorar la comprensión del lenguaje y prever comportamientos de los clientes. Estas redes imitan la estructura del cerebro humano para procesar información y tomar decisiones en base a patrones previamente identificados (LeCun, Bengio, & Hinton, 2015).

**2.7 Métodos de aprendizaje en inteligencia artificial** Los sistemas de IA pueden aprender a través de varios métodos, que determinan su capacidad para mejorar con el tiempo. En la atención al cliente, los más utilizados son:

**2.7.1 Aprendizaje supervisado.** En este método, el sistema de IA es entrenado con un conjunto de datos etiquetados, donde el resultado deseado está previamente especificado. Esto permite que el modelo aprenda patrones y los

aplique a nuevos datos (Goodfellow et al., 2016). Un ejemplo sería entrenar un chatbot con transcripciones de interacciones pasadas para mejorar su capacidad de respuesta.

**2.7.2 Aprendizaje no supervisado.** Aquí, la IA no tiene acceso a resultados etiquetados. En su lugar, el sistema debe identificar patrones ocultos en los datos sin la intervención humana. Este tipo de aprendizaje es útil para el análisis de sentimientos en tiempo real, donde las respuestas de los clientes se agrupan según patrones emocionales (Russell & Norvig, 2021).

**2.7.3 Aprendizaje por refuerzo.** Este método enseña a la IA a tomar decisiones en un entorno dinámico mediante recompensas o penalizaciones. En la atención al cliente, el aprendizaje por refuerzo puede ayudar a mejorar las respuestas de un chatbot al evaluar la satisfacción del cliente en tiempo real (Sutton & Barto, 2018).

### 2.8 Métodos de optimización en programas informáticos de IA

La optimización de los programas informáticos de IA es clave para mejorar su rendimiento, los métodos más comunes son optimización mediante descenso de gradiente y Algoritmos genéticos.

**2.8.1 Optimización mediante descenso de gradiente.** Es un método iterativo utilizado para ajustar los parámetros del modelo de IA y minimizar el error. En

los sistemas de atención al cliente, este enfoque ayuda a mejorar la precisión de las respuestas al entrenar modelos con grandes cantidades de datos (Goodfellow et al., 2016).

**2.8.2 Algoritmos genéticos.** Se inspiran en la evolución natural y son utilizados para resolver problemas de optimización. Se emplean para mejorar la eficiencia de los sistemas automatizados, ajustando continuamente las respuestas para maximizar la satisfacción del cliente.

### 2.9 Implementación de IA en atención al cliente

La implementación de IA en la atención al cliente ha sido exitosa en muchas empresas globales, como Amazon y Google. Estos estudios de caso destacan cómo la IA ha mejorado la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

Amazon ha implementado IA en su servicio al cliente mediante Alexa, un asistente virtual que interactúa con los clientes para responder preguntas y procesar solicitudes. Según McKinsey & Company (2021), Alexa ha logrado reducir en un 30% los tiempos de espera en atención al cliente, mejorando significativamente la satisfacción.

Google utiliza IA para predecir comportamientos futuros de los clientes y optimizar las interacciones.

La empresa ha integrado algoritmos de aprendizaje automático en su servicio de atención, lo que le permite personalizar las respuestas y anticiparse a las necesidades de los clientes (Deloitte, 2022).

## 2.10 Ventajas del uso de IA en atención al cliente

- Automatización de tareas repetitivas: Los chatbots pueden manejar tareas simples y frecuentes, liberando tiempo para que los agentes humanos se concentren en problemas más complejos (Sheehan, 2020).

- Disponibilidad 24/7: La IA permite a las empresas ofrecer soporte continuo, algo que es particularmente beneficioso en mercados globales con diferentes zonas horarias (Gartner, 2021).

- Personalización: Mediante análisis predictivos, la IA puede adaptar las interacciones a las preferencias del cliente, mejorando la satisfacción (McKinsey & Company, 2021).

## 2.11 Desventajas del uso de IA en atención al cliente

- Falta de empatía: A pesar de que la IA ha avanzado en el procesamiento del lenguaje natural, todavía carece de la capacidad para comprender las emociones humanas con la precisión de un agente humano (Deloitte, 2022).

- Problemas de seguridad: Al manejar grandes volúmenes de datos personales, los sistemas de IA pueden ser vulnerables a brechas de seguridad si no se implementan correctamente (Salesforce, 2021).

## 2.12 Vulnerabilidades en la Implementación de la IA

La implementación de la IA en los sistemas de atención al cliente presenta varias vulnerabilidades, principalmente debido a la integración de procesamiento de datos a gran escala y capacidades de toma de decisiones autónomas (Davenport & Ronanki, 2018). Estas vulnerabilidades incluyen:

**1. Violaciones de la privacidad de los datos:** Los sistemas de IA a menudo acceden a datos personales, lo que aumenta el riesgo de violaciones de datos. Según Lawlor (2021), la creciente dependencia de la IA la ha convertido en un objetivo principal de los ciberataques.

**2. Acceso no autorizado:** Muchos sistemas de atención al cliente basados en IA operan en tiempo real y son vulnerables al acceso no autorizado. El informe de ESET 2024 mencionó que el acceso no autorizado a los sistemas fue la segunda preocupación más reportada entre las organizaciones latinoamericanas.

**3. Phishing y Ransomware:** Los sistemas de IA pueden ser explotados mediante ataques de spear-phishing y ransomware. En 2022, los ataques de ransomware en América Latina aumentaron un 26%, lo que destaca la importancia de defensas robustas

contra estas amenazas (ESET, 2024). En la Fig. 1 se analizan los desafíos que enfrentan las organizaciones al adoptar tecnologías de IA, con un enfoque en equilibrar proyectos ambiciosos y aplicaciones prácticas e incrementales.

Fig. 1. Desafíos identificados en la adopción de IA



Fuente: Elaboración propia a partir de (Davenport & Ronanki, 2018)

3. Resultados

3.1 Análisis Comparativo de la Literatura y Hallazgos

La comparación de la literatura (Tabla 1) muestra que, si bien la IA aporta importantes avances en el servicio al cliente, no se pueden ignorar los riesgos asociados a la seguridad de los datos. La dependencia de la IA hace que los sistemas sean más susceptibles a la explotación, y el aumento del número de ataques resalta la necesidad de medidas de seguridad más robustas.

Tabla 1. Resumen de Hallazgos Clave y Riesgos Identificados en la Implementación de IA en Atención al Cliente y Otros Sectores

| Autor                                    | Principales Hallazgos                                                                                                                          | Riesgo Identificado                                                                                      |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Canhoto y Clear (2019)                   | La IA y ML mejoran la eficiencia, pero los errores pueden destruir valor.                                                                      | Errores en la IA que dañan la calidad del servicio y la reputación                                       |
| Davenport & Ronanki (2018)               | Destacaron la eficiencia de la IA en la automatización del servicio al cliente, pero advirtieron sobre los riesgos de privacidad de los datos. | Privacidad de los datos y Acceso no autorizado                                                           |
| Informe de Ciberseguridad de ESET (2024) | Informó un aumento del 69% en incidentes de seguridad, particularmente relacionados con el robo de datos y el ransomware.                      | Robo de datos y Ransomware                                                                               |
| Lawlor (2021)                            | Identificó el uso creciente de la IA en varios sectores, destacando su vulnerabilidad a las ciberamenazas.                                     | Ciberataques a sistemas de IA                                                                            |
| Pothumsetty (2020)                       | La IA está transformando las funciones financieras, como el asesoramiento financiero y la detección de fraudes.                                | Riesgos en la toma de decisiones incorrectas en trading automatizado y préstamos                         |
| Raimundo & Rosário (2021)                | La IA es clave para la seguridad de los sistemas de datos, pero presenta desafíos en la gestión de datos masivos y vigilancia.                 | Vulnerabilidades en ciberseguridad, como ataques basados en visión computacional y supervisión de redes. |
| Vanneschi et al. (2018)                  | La IA puede optimizar la atención al cliente, pero la dependencia excesiva puede generar respuestas ineficaces.                                | Fallos en la interacción humano-tecnología y pérdida de confianza del cliente                            |
| Zerfass et al. (2020)                    | Impacto significativo esperado en la gestión de la comunicación, desafíos en competencias y responsabilidades.                                 | Desvalorización de habilidades humanas y responsabilidades confusas.                                     |

Fuente: Elaboración propia

3.2 Medidas preventivas y correctivas para la protección de datos sensibles en IA aplicada a la atención al cliente

La protección de los datos sensibles en los sistemas de inteligencia artificial (IA) integrados en la atención al cliente es esencial para mitigar riesgos asociados a brechas de seguridad y garantizar la integridad de los sistemas. Diversos estudios y normativas de seguridad han propuesto un conjunto de medidas que se dividen en acciones preventivas y correctivas. A continuación, se describen las principales medidas recomendadas por la literatura especializada.

**3.2.1. Cifrado de datos.** El uso de cifrado robusto para proteger los datos sensibles tanto en tránsito como en reposo. Los algoritmos de cifrado como AES (Advanced Encryption Standard) y RSA (Rivest-Shamir-Adleman) son ampliamente recomendados por organismos como el National Institute of Standards and Technology (NIST, 2020) y la International Organization for Standardization (ISO/IEC 27002, 2013). En caso de una vulneración de datos, la medida correctiva debe incluir la revocación de las claves de cifrado comprometidas y la regeneración de nuevas claves para asegurar la continuidad del sistema sin exposición de datos.

**3.2.2. Privacidad diferencial.** Esta metodología añade "ruido" a los datos

antes de utilizarlos en modelos de IA, lo que impide la identificación directa de los usuarios mientras se mantienen los patrones útiles para el entrenamiento. Google AI (2020) y Dwork et al. (2014) proponen la privacidad diferencial como una de las principales técnicas para salvaguardar la información sensible. Si se detecta una fuga de información, la medida correctiva incluiría reentrenar los modelos utilizando datos anonimizados.

**3.2.3. Autenticación multifactor (MFA).** El uso de autenticación multifactor es otra medida preventiva clave para proteger los sistemas de IA que manejan datos sensibles. La combinación de contraseñas, tokens físicos o aplicaciones de autenticación añade una capa adicional de seguridad frente a accesos no autorizados (Microsoft, 2019; NIST, 2017). Si se compromete una cuenta o se detecta actividad sospechosa, la medida correctiva inmediata debe ser la deshabilitación del acceso a la cuenta comprometida y una investigación exhaustiva para identificar posibles fallas de seguridad.

**3.2.4. Control de acceso basado en roles (RBAC).** Esta medida limita el acceso a los sistemas y modelos de IA únicamente a usuarios autorizados según su función dentro de la organización (Ferraiolo & Kuhn, 1992; NIST, 2014). Esto reduce las posibilidades de exposición de datos sensibles. En caso de un incidente de seguridad, se recomienda revisar y

ajustar los permisos de acceso para prevenir futuros incidentes, retirando accesos innecesarios.

**3.2.5. Monitoreo de sistemas en tiempo real.** Es una medida preventiva fundamental para detectar actividades inusuales o no autorizadas en tiempo real. Herramientas de monitoreo de seguridad ayudan a identificar intentos de intrusión o uso indebido de los sistemas (ISO/IEC 27001, 2013; ENISA, 2018). Si se detecta una violación, se deben revisar los registros de monitoreo para identificar el origen del ataque y aplicar las correcciones necesarias, como la desconexión de sistemas comprometidos.

**3.2.6. Gestión de parches y actualizaciones.** Mantener actualizados los sistemas de IA con parches y actualizaciones de seguridad regulares es una práctica preventiva crítica para evitar que vulnerabilidades conocidas sean explotadas por atacantes (CIS, 2021). Si se detecta un ataque que explote una vulnerabilidad ya identificada, se deben aplicar de inmediato los parches necesarios y realizar una auditoría completa del sistema para asegurar que no haya más puntos vulnerables.

**3.2.7. Copia de seguridad y recuperación.** Realizar copias de seguridad periódicas de los datos y modelos de IA garantiza que, en caso de un fallo del sistema o ataque,

como ransomware, los datos puedan recuperarse sin pérdida significativa (ISO/IEC 27002, 2013; NIST, 2020). Ante una crisis de este tipo, la medida correctiva es restaurar el sistema desde las copias de seguridad más recientes y ajustar las políticas de respaldo para mejorar la frecuencia y la seguridad de las mismas.

**3.2.8. Análisis forense en IA.** Las recomendaciones de instituciones como el SANS Institute (2020) sugieren que, tras la identificación de la brecha, se deben aplicar correcciones en los modelos afectados y reentrenarlos si es necesario, para garantizar la integridad de los resultados futuros.

**3.2.9. Auditorías de seguridad en sistemas de IA.** La realización de auditorías de seguridad en los sistemas de IA que manejan datos sensibles es otra medida preventiva importante. Estas auditorías permiten identificar y corregir posibles vulnerabilidades antes de que sean explotadas por actores malintencionados (NIST, 2020; ENISA, 2018). En caso de un incidente, una auditoría detallada del sistema debe realizarse para ajustar tanto los modelos como las políticas de seguridad en función de los hallazgos.

## 4. Conclusiones

La revisión de la literatura ha evidenciado que, aunque la implementación de la IA en los sistemas de atención al cliente

conlleva significativos avances en eficiencia y automatización, también introduce una serie de riesgos y vulnerabilidades en la seguridad de la información que no deben ser subestimados.

Los estudios analizados, destacan amenazas como errores en los algoritmos de IA, vulnerabilidades en la privacidad de los datos, y un aumento sustancial en incidentes de seguridad como el robo de información y ataques de ransomware.

Además, la dependencia creciente de la IA incrementa la exposición a ciberataques específicos dirigidos a sistemas automatizados, lo que resalta la necesidad imperante de fortalecer las medidas de seguridad existentes.

Para mitigar estos riesgos, la literatura propone una serie de medidas preventivas y correctivas que son esenciales para proteger los datos sensibles y garantizar la integridad de los sistemas de IA en atención al cliente.

Entre las estrategias más destacadas se encuentran el cifrado robusto de datos, la implementación de privacidad diferencial, la autenticación multifactor, y el control de acceso basado en roles.

Estas acciones, combinadas con un monitoreo continuo de los sistemas,

una gestión efectiva de parches y actualizaciones, y la realización de auditorías de seguridad periódicas, constituyen un marco integral para reducir la vulnerabilidad frente a amenazas cibernéticas.

Además, la capacidad de realizar análisis forenses y contar con procedimientos de copia de seguridad y recuperación robustos permite una respuesta rápida y efectiva ante incidentes de seguridad, minimizando el impacto de posibles brechas.



## 5. Referencias

- Canhoto, A. I., & Clear, F. (2019). Artificial intelligence and machine learning as business tools: A framework for diagnosing value destruction potential. *Business Horizons*, 63(2), 183-194.
- CIS (2021). CIS Controls v8. Center for Internet Security. <https://www.cisecurity.org/controls/>
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). *Artificial intelligence for the real world*. Harvard Business
- Review. Recuperado de <https://store.hbr.org/product/artificial-intelligence-for-the-real-world/r1801h?sku=R1801H-PDF-ENG>
- Deloitte. (2022). AI in customer service: Security challenges. Deloitte Insights. <https://www2.deloitte.com/>
- Deloitte. (2022). Global AI adoption trends in customer service. Deloitte Insights. <https://www.deloitte.com/global/adoption-ai>
- Devlin, J., Chang, M., Lee, K., & Toutanova, K. (2019). BERT: Pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding. *arXiv preprint arXiv:1810.04805*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1810.04805>
- Dwork, C., Roth, A., Abowd, J., et al. (2014). The Algorithmic Foundations of Differential Privacy. *Foundations and Trends® in Theoretical Computer Science*, 9(3-4), 211-407.
- ENISA. (2018). *Cybersecurity training programs: Development and delivery*. European Union Agency for Cybersecurity.
- Ferraiolo, D. F., & Kuhn, D. R. (1992). *Role-Based Access Controls*. National Computer Security Conference.
- Gartner. (2021). *AI in customer service: The state of implementation*. Gartner Research. <https://www.gartner.com/en/research>
- Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep learning*. MIT Press.
- Google AI. (2020). *Privacy-preserving machine learning with differential privacy*. Google Research. <https://ai.googleblog.com/>
- Grand View Research. (2023). *Customer service AI market forecast 2023-2028*. Grand View Research. <https://www.grandviewresearch.com>
- Informe de Ciberseguridad de ESET. (2024). *Tendencias de ciberseguridad en América Latina*. Recuperado de <https://web-assets.esetstatic.com/wls/es/articulos/reportes/cybersecurity-trends-2024-es.pdf>
- ISO/IEC 27001. (2013). *Information security management systems – Requirements*. International Organization for Standardization.
- ISO/IEC 27002. (2013). *Code of practice for information security controls*. International Organization for Standardization.
- Lawlor, B. (2021). *Artificial intelligence and machine learning: Forging a new world for scholarly communication*. *Chemistry International*, 8(1), 8-13. Recuperado de <https://doi.org/10.3233/ISU-190068>
- LeCun, Y., Bengio, Y., & Hinton, G. (2015). Deep learning. *Nature*, 521(7553), 436-444. <https://doi.org/10.1038/nature14539>
- McKinsey & Company. (2021). *The power of AI in customer service: Case studies and insights*. McKinsey. <https://www.mckinsey.com>
- Microsoft. (2019). *Best practices for securing AI systems*. Microsoft Security Documentation. <https://docs.microsoft.com/>
- NIST. (2014). *Special Publication 800-53: Security and Privacy Controls for Federal Information Systems and Organizations*. National Institute of Standards and Technology.
- NIST. (2017). *Special Publication 800-63: Digital Identity Guidelines*. National Institute of Standards and Technology.
- NIST. (2020). *Framework for Improving Critical Infrastructure Cybersecurity*. National Institute of Standards and Technology.
- OWASP. (2021). *Top Ten Vulnerabilities 2021*. Open Web Application Security Project.
- Pothumsetty, R. (2020). *Implementation of artificial intelligence and machine learning in financial services*. *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)*, 7(3), 3186-3193.
- Raimundo, R., & Rosário, A. (2021). The impact of artificial intelligence on data system security: A literature review. *Sensors*, 21(21), 7029.
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.
- Salesforce. (2021). *State of Service report 2021*. Salesforce Research. <https://www.salesforce.com/research>
- SANS Institute. (2020). *Incident Handling and Response*. SANS Information Security Training.
- Sheehan, M. (2020). Chatbots and the future of customer service. *Customer Experience Journal*, 15(2), 34-42. <https://doi.org/10.1002/cxj.v15.2>
- Sutton, R. S., & Barto, A. G. (2018). *Reinforcement learning: An introduction* (2nd ed.). MIT Press.
- Vanneschi, L., Bush, S., & Castelli, M. (2018). Artificial intelligence and its impacts on industries. *Journal of AI and Society*, 23(3), 145-162.
- Zerfass, A., Hagelstein, J., & Tench, R. (2020). Artificial intelligence in communication management: A cross-national study on adoption and knowledge, impact, challenges, and risks. *Journal of Communication Management*, 24(3), 207-227.



## ANÁLISIS DEL FINANCIAMIENTO DE LA INDUSTRIA DEL SECTOR PLÁSTICO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS. PERIODO 2020-2022

### FINANCING ANALYSIS OF THE PLASTIC SECTOR INDUSTRY IN THE PROVINCE OF GUAYAS. PERIOD 2020-2022

*Leticia Elizabeth Cedeño Piloza, Emily Geanella Muñoz Avegno, Roberth Fabian Ramírez Granda*  
*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

La investigación se enfoca en analizar el financiamiento de la industria del sector plástico en la provincia del Guayas durante el periodo 2020-2022. La problemática se manifestó durante la pandemia del COVID-19, el cual tuvo un impacto relevante en todos los segmentos a nivel mundial, por lo que el trabajo se realizó a través de la revisión exhaustiva de las causas que fueron desafíos para los medios de financiamiento. Durante la investigación se empleó la metodología con un enfoque mixto, como técnica a la revisión bibliográfica y a la entrevista, aquellas que se llevaron a cabo a empresas del plástico en la provincia del Guayas, dichas que permitieron robustecer la información y comprobar a través de los datos obtenidos que el alza de las tasas de intereses en los préstamos, el comportamiento de las instituciones financieras ante la mayor participación de la banca privada, el alto riesgo e incertidumbre en la credibilidad crediticia y la ausencia de las normativas gubernamentales como programas de financiamiento y apoyo legal dificultó el acceso a la obtención de créditos para las empresas de plástico ocasionando alto nivel de endeudamiento o quiebre. Finalmente, se demostraron las tendencias que tuvieron estos factores durante una situación de alto riesgo financiero.

**Palabras clave:** Financiamiento, Sector Plástico, Covid-19, Volumen De Crédito, Tasas de Interés.

#### Abstract

The research focuses on analyzing the financing of the plastic sector industry in the province of Guayas during the period 2020-2022. The problem was manifested during the COVID-19 pandemic, which had a relevant impact on all segments worldwide, so the work was done through the exhaustive review of the causes that were challenges for the means of financing. During the investigation, the methodology was used with a mixed approach, as a technique to the bibliographic review and the interview, those that were carried out to companies of plastic in the province of Guayas, those that allowed to strengthen the information and to verify through the obtained data that the rise of the interest rates in the loans, the behavior of the financial institutions in front of the economic development of the country, the behavior of the financial institutions in the face of the crisis, the increase of the interest rates in the loans, The behavior of financial institutions in the face of the increased participation of private banks, the high risk and uncertainty in credit credibility and the absence of government regulations such as financing programs and legal support made it difficult for plastic companies to obtain credit, causing a high level of indebtedness or bankruptcy. Finally, the trends of these factors during a situation of high financial risk were demonstrated.

**Keywords:** Financing, Plastic Sector, Covid-19, Credit Volume, Interest Rates.

## 1. INTRODUCCIÓN

La industria del sector plástico ha sido considerada uno de los mayores segmentos productivos en el mercado ecuatoriano, siendo reconocido por la amplia trayectoria, satisfaciendo necesidades y contando una gama de productos que son altamente demandados en la sociedad.

El sector manufacturero dedicado a la transformación del plástico cumple un papel relevante en la economía, además de ser un gran generador de empleo y por su evidente producción masiva de más de 50 000 toneladas, comercializando a nivel nacional e internacional.

En Ecuador, el sector del plástico tiene una alta participación en las provincias del país, especialmente la provincia del Guayas, ubicada en la región costera.

Adicional, queda claro que el sector plástico ocupada el segundo lugar como una de las grandes fuentes de ingresos de la provincia, al ser esta tan reconocida ante su amplio grado de comercialización dentro y fuera del país y generador de fuentes de empleo, sin embargo, está enfrenta ciertas desventajas como normativas tributarias, materia prima a precios elevados y altas tasas (Caicedo, 2014).

Del 2020 al 2022, el virus COVID-19 afecto al mundo ante la pérdida de

millones de personas, y dio un golpe en la estructura productiva y una crisis económica con un fuerte impacto global, paralizando las actividades empresariales, generando caídas en las ventas y bajo desempeño de las empresas.

El apoyo por parte del Gobierno fue en cierta parte escaso, en el cual se reflejó que no se presentó una gestión adecuada en el manejo de sus recursos, por lo que no se mostró atención en brindar soporte financieros a los sectores productivos y ocasionó el cierre de compañías o un alto grado de endeudamiento, por elevadas tasas de interés de cobro, el comportamiento de las instituciones financieras junto con factores relacionados con el medio ambiente, inversiones e implementación de tecnologías, los cuales pueden significar beneficios o resultados negativos para las empresas al adquirir financiamiento de la manera correcta.

También llevo consigo la paralización de las actividades productivas generando crisis económicas a nivel mundial, las empresas enfrentaban un bajo nivel de apoyo crediticio por parte de las instituciones, la suspensión de recursos financieros a países emergentes no se hizo esperar, teniendo como resultado que las empresas se enfrenten a dificultades al necesitar de financiamiento para la continuación de sus actividades. No obstante, en su

investigación sobre los indicadores de financiamiento, Perero (2023) destacó que las empresas grandes del plástico en el 2020 al 2021 mostraron resultados positivos en su endeudamiento, al arrojar niveles inferiores a 1, lo que interpreta que sus ingresos son mayores a sus obligaciones, pero descubrió que el endeudamiento a largo plazo de las empresas pequeñas se mostró en problemas al tener una alta rotación de activos fijos y una inadecuada gestión en sus deudas, lo cual les encaminaba al cierre de sus negocios.

Dada las circunstancias, se trabajó bajo la pregunta de investigación:

- ¿Cómo se vio afectada la estructura de capital de la industria del sector plástico en la provincia del Guayas durante el periodo 2020-2022?

Por lo tanto, la ponencia cuenta con la finalidad de ejecutar una revisión bibliográfica exhaustiva sobre los factores que generaron dificultad para acceder a estos medios de financiamiento, tanto para las microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas del sector plástico en la provincia del Guayas durante la emergencia sanitaria en el periodo 2020-2022, las cuales se identificaron 4 factores principales como las elevadas tasas de interés, el apoyo escaso de parte de las normativas gubernamentales, el comportamiento

de las instituciones financieras junto con la credibilidad crediticia. De parte del autor Prieto (2022) obtuvo a través de su trabajo en el cual concluyo que durante a inicios de la pandemia comprobó gracias a los datos de la Superintendencia de Bancos que las instituciones privadas ocupaban un 90% del total de los créditos, y además de un 70% de dichas entidades se encuentran distribuidas en las provincias del Guayas, Pichincha y Azuay.

Según GLOBALRATINGS (2021) en su informe identificaron que los fondos de terceros eran los más renombrado como medios financiamiento de las empresas de plástico, que ocupaban un 69 % de los activos financiados, teniendo presente las obligaciones que solventan bajo deudas bancarias y presencia en el Mercado de Valores.

Además, de acuerdo con la Cámara de Industrias de Guayaquil (2018) en una entrevistas a los empresarios del Sector Plástico, midieron ciertas variables como la perspectiva del desempeño de la economía del país representando el 57% a los reglamentos técnicos y normativas enfocadas al cuidado del medio ambiente junto a las tasas de interés en los financiamientos e impuestos que representaban una mayor influencia en su estructura.

Es necesario destacar la importancia de la revisión de las bases teóricas

para el cumplimiento de los objetivos establecidos, aquellos que darán paso al financiamiento, a través de las teorías económicas, las teorías de las finanzas corporativas, las líneas de crédito, instrumentos e intermediarios financieros, origen de las industrias y el sector plástico.

Sirven de gran importancia para llevar a cabo la ponencia y, así, basarse bajo fundamentos teóricos que abrieron paso a las finanzas empresariales.

Por lo que, trabajar bajo la teoría de Franco Modigliani y Merton Miller conocida en su obra por la “Teoría de la estructura de capital de las empresas”, en el cual se expresa bajo el teorema M-M establece que el valor de una empresa en mercados perfectos no mantiene ninguna relación con la estructura de capital o nivel de endeudamiento.

Teniendo así, la comprobación donde las empresas del plástico por su trayectoria serán atractivas en el mercado, así posea baja o alta proporción de deuda o recursos propios.

Este punto abre paso a más líneas de investigación como:

- Indagar que más factores influyeron en la decisión de escoger un financiamiento adecuado y cual fue ese paso previo a la obtención del crédito.

- Estudiar las tendencias que pueden existir posiblemente el siguiente año para esta industria en cuando a factores que influyan en el acceso del financiamiento para su producción.

- Investigar a profundidad sobre las modificaciones que se realizan para el cálculo de las tasas de interés para los sectores productivos, el grado de influencia de las entidades financieras privadas y públicas al conceder créditos y sus estándares, la situación del gobierno durante la pandemia con relación al apoyo de programas de financiamiento a las empresas y más.

## 2. Metodología

La ponencia se sustenta en la necesidad de comprender la dinámica financiera, aquella que es crucial para analizar sus medios de solvencia. Este análisis permitirá identificar las fuentes de financiamiento predominantes, las tendencias financieras relevantes y las estrategias de gestión financiera adoptadas por las empresas para hacer frente a los desafíos económicos y ambientales, al conocer en detalle cómo se financian estas empresas, será posible generar información valiosa que contribuya al diseño del informe sobre las tendencias de los factores, los cuales están orientados a conocer el movimiento de los medios de financiamiento en la industria del plástico en la provincia del Guayas durante el 2020-2022.

Por ello, se define al trabajo con un enfoque mixto, combinando el enfoque cualitativo y cuantitativo. A través de datos cualitativos que permite la recolección de informes financieros y conocer las medidas tomadas en base a las decisiones de las gerencias de acuerdo con la organización financiera, los cuales se dictaron desde los años 2020-2022, junto con los datos cuantitativos donde demuestra el proceso evolutivo de los planes de apalancamiento registrados en los datos estadísticos de los reportes e indicadores, además de medir y evaluar los datos numéricos recolectados como los cambios en las tasas de interés, el volumen de crédito otorgado por las instituciones financieras y las variables financieras.

Así mismo, al emplear el enfoque mixto desde el punto de vista cualitativo nos permitirá analizar el comportamiento de normativa gubernamental y las instituciones financieras en relación con el acceso a los créditos bancarios e identificar las fuentes financieras predominantes, las estrategias empleadas, tomando en cuenta que en este periodo tuvo auge el COVID-19.

Cuenta con un alcance descriptivo, la cual busca describir e identificar las tendencias financieras, además de detallar su estructura y fuentes de financiamiento de las empresas del sector plástico en la provincia de Guayas

durante el periodo 2020-2022, a través de un estudio de campo y documental.

El tipo de muestreo empleado es no probabilístico por juicio el cual se selecciona a conveniencia de la investigación al escoger como población a las empresas de la industria del sector plástico en la provincia del Guayas, de las 144 empresas durante el 2021 que se encontraban delimitadas en la población del estudio.

La fórmula de población finita dio como resultado entrevistar a 105 empresas, sin embargo, por motivos de accesibilidad a la gran cantidad de compañías se procede a minimizar el número a tres empresas que han aceptado ser entrevistadas.

Se emplean como técnicas de recopilación de datos a la revisión bibliográfica, como técnica principal ante el empleo de fuentes secundarias, cómo lo son:

- Datos estadísticos.

- Informes del Banco Central del Ecuador, fichas sectoriales de la Corporación Financiera del Ecuador y reportes.

- Balances y estados financieros de la Superintendencia de Compañías durante dicho periodo.

■ Revistas empresariales y opiniones del personal financiero de las empresas del sector plástico.

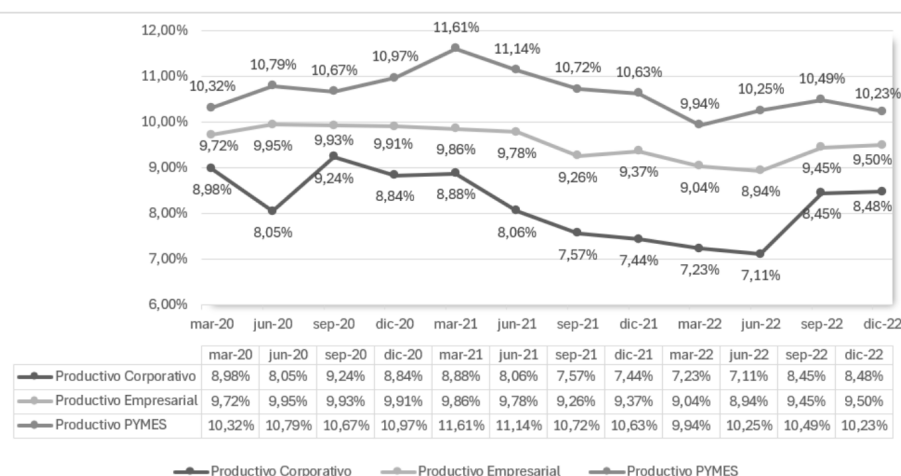
Seguido como refuerzo de la información a la entrevista con 18 preguntas semiestructuradas al personal del área de finanzas para así, identificar a través de un software dedicado al procesamiento de la información obtenida acerca de la situación de las empresas del sector plástico en el periodo 2020-2022. Los datos cualitativos serán procesados a través del programa ATLAS.ti. A partir

de aquello, se logra establecer a estos 4 factores como aquellas causas que afectaron al financiamiento de las empresas del sector plástico durante la pandemia y, que posiblemente se pueda dar mayor nivel de atención al sector financiero por otros factores que también incidan directamente en la obtención de nuevos créditos para esta industria, que en la actualidad es uno de los estratos más productivos e influyentes en el desarrollo de la economía del país.

### 3. Resultados

#### Revisión bibliográfica Tasa de interés

Fig. 1. Tasas de Interés Activas Referenciales.



Las tasas de interés activas referenciales Productivo Corporativo mostro una tendencia descendente significativa desde el primer trimestre del 2020 hasta el segundo trimestre del 2022, con una leve recuperación hacia finales del periodo 2022, Productivo Empresarial presento una relativa estabilidad con pequeñas fluctuaciones a lo largo del periodo, teniendo un leve incremento en el segundo trimestre del 2020, Productivo PYMES fue el segmento que presento una mayor variabilidad en sus tasas, teniendo una tendencia cambiante

de aumento y disminución a lo largo del periodo analizado. Mientras las tasas de interés para los segmentos corporativo y PYMES fueron más volátiles, el segmento empresarial logró mantener una estabilidad relativa, siendo esta la tasa más estable entre las tres, aunque presenta pequeñas fluctuaciones, la tasa se mantiene alrededor del 9% durante todo el periodo, lo cual puede sugerir diferencias en la gestión del financiamiento y la percepción del riesgo en estos diferentes segmentos durante el periodo analizado.

#### Comportamiento de las instituciones financieras

Fig. 2. Evolución porcentual del Sistema Financiero.



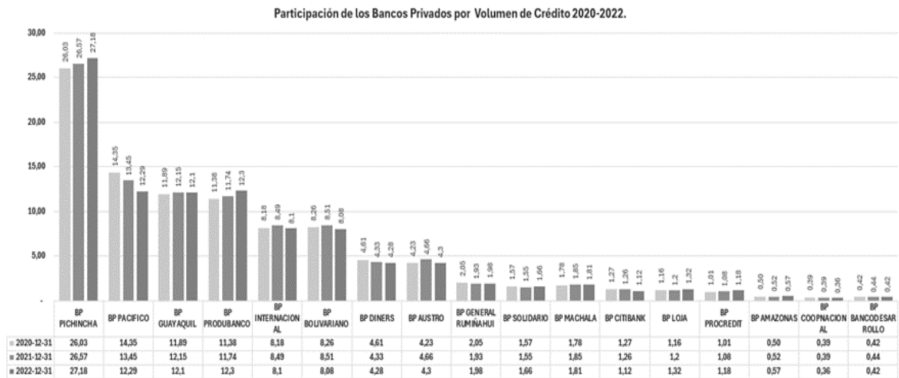
De acuerdo con la Figura 2, se observa que la banca privada fue la que conto con mayor presencia representando en su mayoría al sistema financiero, seguido

de las instituciones públicas, las cuales conformaban un porcentaje más bajo durante todo el 2020 y durante el 2021, en la crisis de la pandemia, las entidades

privadas siguieron mostrando mayor participación en el volumen de crédito, debido a que el gobierno se encontraba enfocado en áreas de salud, educación y seguridad social, aunque cabe resaltar

que mostraron intención de reactivar a las industrias al ver que el proceso de vacunación mostraba resultados positivos y empezaron a brindar créditos más blandos y retomen sus actividades.

Fig. 3. Participación de la Banca Privada por Volumen de Crédito 2020-2022.



En la Figura 3, se muestra la variación que existió entre la participación de las instituciones privadas, dadas por los Boletines de la Superintendencia de Bancos, en el que refleja que durante el periodo 2020-2022, el Banco del Pichincha fue quien otorgo mayor volumen de crédito total de la banca privada, seguido del Banco del Pacifico y Banco de Guayaquil manteniendo con una diferencia entre 1 a 2%.

A través de una exhaustiva revisión bibliográfica, se demuestra que durante los periodos 2020-2022, se mantuvo en cortas variaciones el Banco del Pichincha como el primer

banco más influyente en el 2022 con 27.6% y los últimos como el Banco D-Miro S.A., BP Finca, BP DelBank y, por último, BP Capital con un porcentaje de 0.7.

Credibilidad crediticia

El nivel de riesgo e incertidumbre aumentaron considerablemente en la crisis sanitaria, las entidades financieras, especialmente la banca privada, quienes fueron las que mayor porcentaje de participación tuvo, se volvieron desconfiadas al otorgar nuevos créditos a las empresas del sector por no poseer la capacidad de cumplir con los pagos, exigiendo requisitos más rigurosos y

poniendo a las compañías en una situación complicada debido a que los procesos eran más lentos durante la pandemia.

Fig. 4. Principales empresas del mercado de plásticos.

| PRINCIPALES COMPETIDORES<br>(FEBRERO 2022)          | PARTICIPACIÓN<br>(aprox.) |
|-----------------------------------------------------|---------------------------|
| PLÁSTICOS DEL LITORAL PLASTILIT S.A.                | 17%                       |
| Flexiplast S.A.                                     | 14%                       |
| Sigmaplast S.A.                                     | 11%                       |
| Consuplast S.A.                                     | 10%                       |
| Golderie Trading Cia. Ltda.                         | 9%                        |
| Plastiempaques S.A.                                 | 8%                        |
| Plásticos Ecuatorianos S.A.                         | 7%                        |
| BOPP del Ecuador S.A.                               | 6%                        |
| Promaplast Procesadora de Materiales Plásticos S.A. | 6%                        |
| Neyplex Cia. Ltda.                                  | 4%                        |
| Expoplast S.A.                                      | 3%                        |
| Milanplastic S.A.                                   | 2%                        |
| Celoplast S.A.                                      | 2%                        |
| Fupel C. Ltda.                                      | 1%                        |
| Total                                               | 100%                      |

Se muestra el listado de unas de las empresas del mercado de plásticos en el último año, estos son tomados en cuenta bajo la categoría de los productos, precios competitivos y producción eficiente, dichas empresas lograron mantener la rentabilidad hasta inicios del 2022. Durante el periodo 2022 se observa como PLÁSTICOS DEL LITORAL PLASTLIT S.A. toma lugar en la primera posición del mercado de

plásticos, seguido por Flexiplast S.A. y Sigmaplast S.A. con una diferencia del 3%, estas empresas han demostrado sobrellevar las consecuencias que ocasiono la pandemia COVID-19, siendo uno de los sectores que sirvió de apoyo ante la necesidad de envases para el traslado de medicina, alimentos y suministros de primera línea, además de ser calificadas de acuerdo con su tamaño y su rentabilidad.



### Normativas Gubernamentales

Con base al Banco Central del Ecuador (2023) durante el 2021, a través de la Ley Orgánica Reformatoria al Código Orgánico Monetario y Financiero estableció a la Junta de Política y Regularización Financiera a preparar los informes estadísticos de las tasas de interés, además que están sean más flexibles en su cálculo, aunque no se vio reflejado. Finalmente, para el 2022, se redujeron los segmentos de crédito y el Estado se propuso incentivar a la producción y trabajo a través de la Banco Pública otorgar créditos al segmento de microcrédito. Actualmente, una de las ultimas resoluciones establecidas propone que el cálculo de las tasas sea flexible para lo que corresponde al segmento Productivo.

Para el Estado, el impacto que tuvo la pandemia produjo que su atención se vea desviada hacia otras áreas que eran de mayor prioridad, como lo era la salud, educación y vivienda, además de aislar a los ciudadanos para evitar la propagación del virus, paralizar las actividades laborales, genero controversias ante el bajo control con respecto a los desempleos, ocasionando la reducción del Presupuesto General del Estado, aquello que causo controversias debido a la distribución de recursos, la cual en su mayor parte fue destinado para la administración de vacunación, equipos e insumos médicos, contratación del

personal por aumento de pacientes, además de adecuar las instalaciones y adquirir equipos cardio-respiratorios para pacientes que estaban gravemente infectados, sin contar con el aumento de la delincuencia, la tasa de mortalidad, los hospitales abundaban de enfermos e inclusive el gobierno no poseía plan de contingencia para la gran cantidad de personas fallecidas que se hallaban en las calles, hogares y hospitales. (Valdiviezo et al., 2022).

La inadecuada administración de los poderes ejecutivos y legislativos que estuvieron durante la pandemia se veían aprisionados además de las deudas y distribución de las riquezas, según GLOBALRATINGS (2021), el FMI realizó el primer pago de 2.000 millones de dólares en octubre de 2020, sobre todo para cubrir los 3.600 millones de dólares de deuda del gobierno. Tras la aprobación de la ley anticorrupción el 23 de diciembre de 2020, se recibió el segundo tramo de 2 mil millones de dólares del Fondo Monetario Internacional para atender las necesidades de salud, educación y seguridad social, así como para pagar deudas vencidas a proveedores y al Municipio.

A continuación, se muestra el siguiente grafico donde se resalta nuevamente la baja participación de las instituciones financieras públicas en el apoyo a las empresas en el ámbito financiero.

Fig. 5. Evolución por Volumen de Crédito.



Además, se resalta otros factores que ha puesto en riesgo al sector plástico por parte del gobierno como la inseguridad jurídica que, la creación de políticas gubernamentales impositivas, arancelarias y limitantes, la modificación de reformas legales, tributarias y laborales que se vivió durante la pandemia que influyeron el cálculo de las tasas de interés para los créditos. (Orellana, 2022)

### Análisis de las entrevistas

Se ha realizado el análisis a través de un software, el cual se encarga de analizar datos cualitativos, serán procesados a través del programa ATLAS.ti, aquellos que se han obtenido a través de la entrevista a tres empresas dedicadas a la comercialización de productos de plásticos, los cuales se mantuvieron en cuestión de anonimato, con el objetivo de reforzar la confiabilidad de la revisión bibliográfica.

Fig. 6. Procesamiento de entrevistas



Como primer punto se consulto acerca de la estructura del capital de cada compañía, las cuales se conforman principalmente con el aporte de los accionistas y recursos propios, partiendo de aquello se procedió a identificar los factores claves que intervienen en la obtención del financiamiento durante el periodo 2020-2022, el cual se observan los siguientes puntos que poseen relación entre los factores limitantes junto a las dimensiones establecidas en el procesamiento de los datos:

▪ Como medios de financiamiento se afirman que se necesitó préstamos bancarios para equilibrar sus niveles de endeudamiento y así, continuar con la producción y, se destacó la preferencia al tipo de entidad financiera a la que

recurrían estas compañías, la cual era la banca privada, contando con un alto grado de elección al Banco Pichincha, seguido por el Banco de Guayaquil y Banco Internacional.

▪ Es allí donde se presentan los factores limitantes que se les presentaron a las tres empresas como: La solicitud de acceder a créditos durante la pandemia por parte del sector público, seguido de los estándares crediticios y documentación legal.

▪ Partiendo de dicha dimensión, se destaca que el nivel de riesgo e incertidumbre que además poseían las entidades financieras al otorgar crédito era elevado por lo que la accesibilidad fue en cierto grado relativamente complejo para las empresas.

- Las tasas de interés demostraron tener influencia en gastos y costos.
- Con respecto a las leyes, infirieron en que no se implementaron reformas

que apoyaran de manera directa con el financiamiento de las empresas del sector, además, resaltaron que su atención se centraba en el área de salud.

Triangulación de datos

Tabla. 1. Resultados de la triangulación

| Factores Del Financiamiento                     | Resultados                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tasa de interés                                 | Las tasas de interés al ser volátiles influyeron en los gastos y costos, de acuerdo con la teoría de la estructura de capital esta relación influye en los riesgos financieros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Comportamiento de las instituciones financieras | El comportamiento de las instituciones financieras evidencio una mayor participación en la banca privada, así mismo, el sector plástico mostro una preferencia por las instituciones privadas, de acuerdo con la teoría estos créditos favorecieron al equilibrio financiero permitiendo reducir riesgos.                                                                                                                                                                                                      |
| Credibilidad crediticia                         | En el periodo 2020-2022 existió incertidumbre en las instituciones financieras debido al COVID-19 y la repercusión que tuvo en la economía, esto género que la banca fuera más estricta con los estándares crediticios, de acuerdo con la teoría, la estructura de capital es un factor indispensable para la empresa con el objetivo de equilibrar su estructura de capital, por lo tanto, la incertidumbre limito el acceso financiero para mantener una correcta estructura de capital y mitigar el riesgo. |
| Normativas gubernamentales                      | El gobierno durante el periodo del COVID-19 se centró en cuidar a sus ciudadanos priorizando el área de salud y educación, por lo tanto, no se evidencio un apoyo directo al sector de plástico en cuanto al financiamiento, de acuerdo con la teoría, con la ausencia del gobierno se vería en total variación ante un alto nivel de incertidumbre en el ámbito legal, capacidad de pago, enfrentando quiebra por elevado nivel de deuda.                                                                     |

El COVID 19 fue una de las pandemias más arrasadoras que haya habido en la historia de la humanidad, aislando a la sociedad de sus actividades habituales elevando el nivel de mortalidad a nivel global. La pandemia afecta a muchos sectores, centrándose la investigación en la economía, en el cual genero problemas financieros donde los países se vieron en obligación de paralizar la producción y aislar en sus hogares con el proteger a los ciudadanos, consiguiendo así una disminución en la rentabilidad, desempleo, dificultad para progresar tanto persona como empresa.

Finalmente, gracias a la información se establecen a estos 4 factores como causas que afectaron al financiamiento de las empresas del sector plástico durante la pandemia y, que posiblemente se pueda dar mayor nivel de atención al sector financiero por otros factores que también incidan directamente en la obtención de nuevos créditos para esta industria, que en la actualidad es uno de los estratos más productivos e influyentes en el desarrollo de la economía del país.

#### 4. Conclusiones

La investigación del financiamiento de la industria del sector de plástico en la provincia del Guayas periodo 2020-2022 muestra escenarios variables a lo largo de los años estudiados debido a la influencia que tuvo la pandemia

Covid-19 en la economía del país, a través de la revisión bibliográfica y las entrevistas que sirvieron para fortalecer la información recolectada, mediante el cual, se identificaron 4 factores claves que estuvieron presentes al momento de analizar y conocer como afectaron a la estructura de capital del sector. Al momento de estudiar y analizar estos factores se llegó a la conclusión que:

**Tasas de interés:** Dos de los tres segmentos analizados presentaron una mayor variación en sus tasas, en este caso el segmento corporativo y PYMES fueron más volátiles, mientras que el segmento empresarial logró mantener una estabilidad relativa, siendo esta la tasa más estable entre las tres, por lo tanto, podemos notar una clara diferencia en el porcentaje de interés en las tasas de estos segmentos, estas fluctuaciones influyeron en los costos y gastos de la empresa.

**Comportamiento de las instituciones financieras:** Las instituciones financieras privadas mostraron a lo largo del periodo una mayor participación en el sistema financiero, por ende, la banca privada demostró ser la mayor participante en el volumen de crédito con un 0,9. Los principales bancos en brindar estos créditos fueron: Banco Pichincha, Banco del Pacífico, Banco Guayaquil y Produbanco, se debe enfatizar que cada banco represento más del 10% en su participación.

**Credibilidad crediticia:** La incertidumbre que genero la pandemia Covid-19 conllevó a que las instituciones financieras se volvieran más rigurosas al momento de otorgar un crédito debido a la incertidumbre y el nivel de riesgo que existía al momento de solventar los pagos, por lo tanto, los estándares crediticios y documentación legal exigida fue un poco más estricta, siendo este un factor limitante al momento de acceder a dicho crédito. Además del volumen de crédito variaba de manera creciente, sin embargo, tras la pandemia empezó a contraerse y sufrir grandes variaciones durante dicho periodo.

#### Normativas gubernamentales:

El escenario que genero la pandemia Covid-19 en el país durante ese periodo, centro la atención del gobierno en priorizar el área de la salud y educación para cuidar a los ciudadanos, por lo tanto, no se evidencio un apoyo directo al sector plástico en cuanto al financiamiento o programas de crédito.

El trabajo de investigación ha permitido conocer las tendencias de los factores financieros que en medida influyeron en la obtención de nuevos créditos para las empresas del sector plástico durante los años 2020, 2021 y 2022, donde se ha logrado demostrar como a pesar de vivir en una crisis sanitaria que paralizó a todo el mundo, suspendió la producción de millones de empresas, afectó a todos los países a nivel económico,

político y social y finalmente, acorralo a las grandes organizaciones mundiales a tomar decisiones apresuradas que arriesgaba todo aquello que se poseía, se llevó a retomar la activación de empresas que eran necesarias para brindar apoyo, la industria del plástico era una de las más importantes por lo que es importante saber cómo llevaron a cabo sus decisiones en torno a una pandemia para financiar y cumplir con sus actividades.

## 5. Referencias

- Banco Central del Ecuador. (2023). Evolución del crédito y tasas de interés en Ecuador. Apunte de Economía. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Apuntes/ae73.pdf>
- Caicedo, R. (2014). “LA INDUSTRIA DEL PLÁSTICO EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS Y SU IMPORTANCIA PARA LA ECONOMÍA EN EL PERIODO 2007-2012”. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/5189>
- Cámara de Industrias de Guayaquil. (2018, septiembre 7). Estudios sectoriales: Plásticos. [https://issuu.com/industrias/docs/cig-estudio\\_sectorial\\_pl\\_sticos](https://issuu.com/industrias/docs/cig-estudio_sectorial_pl_sticos)
- GLOBALRATINGS. (2021). Informe PLÁSTICOS DEL LITORAL PLASTLIT S.A. <https://www.globalratings.com.ec/site1/Adjuntos/356-2021-INFORMEFINAL-PLASTLIT-5PC OCT.pdf>
- Orellana, J. (2022). Prospecto de Oferta Pública—2022. <https://www.bolsadevaloresguayaquil.com/sigcv/Opciones%20de%20Inversion/Renta%20Fija/Prospectos/PLASTICOS%20DEL%20LITORAL%20PLASTLIT%20S.A/Obligaciones/Prospecto%20XXI.pdf>
- Perero, M. (2023). Estudio del incremento de ventas de las mallas de fibra de vidrio en la empres Poligrup S.A. y el desarrollo que ha tenido en el mercado ecuatoriano y extranjero. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/20477/1/T-UCSG-PRE-CEAE-CNI-54.pdf>
- Prieto, Y. (2022). Análisis del impacto de los créditos otorgados por la banca privada, periodo 2007-2021. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8760/1/T3838-MGFARF-Prieto-Analisis.pdf>
- Valdiviezo, H., Castillo, A. L., Barco, D., & Muñoz, J. C. (2022). Efectos de la pandemia por COVID -19 en la salud. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Cuentas\\_Satelite/Cuentas-satelite-2007-2021/9\\_Doc\\_an%C3%A1lisis\\_COVID-19\\_CSS.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Cuentas_Satelite/Cuentas-satelite-2007-2021/9_Doc_an%C3%A1lisis_COVID-19_CSS.pdf)

# ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA Y EL IMPACTO EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA, PERIODO 2019 AL 2023

## DESCRIPTIVE ANALYSIS OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT AND ITS IMPACT ON THE ECUADORIAN ECONOMY, PERIOD 2019 TO 2023

*Christian Josuepht Moreno Rodriguez, Roberto David Ochoa Reyes, José Rafael Díaz Avelino, Eric Hans Herrera Briones*  
*\*Investigador Independiente*

### Resumen

Este artículo analiza la evolución de la inversión extranjera directa (IED) en Ecuador en el período 2019-2023, evaluando el impacto en la economía nacional. La investigación se realizó mediante un enfoque mixto que combinó análisis de datos secundarios provenientes de fuentes oficiales, como Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros y el Banco Central Ecuatoriano, con un análisis documental de literatura relevante y entrevistas con expertos en la materia. Los datos muestran una tendencia volátil en la IED, influenciada por factores internos como la estabilidad política y las políticas económicas, debido al contexto mundial de la pandemia de COVID-19. En 2020, a pesar de la contracción económica, Ecuador logró aumentar la IED como porcentaje del PIB, alcanzando un 1.10%, gracias a políticas de atracción de inversiones en sectores estratégicos. Sin embargo, en 2021, la IED disminuyó significativamente, reflejando la persistente inestabilidad política y los desafíos económicos post-pandemia. En 2022, se observó una recuperación parcial, aunque la implicación de la IED en el PIB aún no alcanzó los niveles previos. Para 2023, la IED cayó a su nivel más bajo en el período analizado, representando solo el 0.35% del PIB, lo que indica una disminución en la confianza de los inversores extranjeros. Las conclusiones resaltan la necesidad de Ecuador de implementar políticas más estables y atractivas para inversores extranjeros, mejorar el clima de negocios y diversificar su base económica para revertir la tendencia decreciente de la IED y mantener el progreso económico a largo plazo.

**Palabras clave:** Inversión Extranjera Directa, Economía de Ecuador, Crecimiento Económico, Estabilidad Política, Pandemia de COVID-19

### Abstract

This article analyzes the evolution of foreign direct investment (FDI) in Ecuador during the period 2019-2023, evaluating its impact on the national economy. The research was conducted through a mixed-methods approach, combining secondary data analysis from official sources, such as the Superintendency of Companies, Securities and Insurance, and the Central Bank of Ecuador, with a documentary analysis of relevant literature and interviews with experts in the field. The data shows a volatile trend in FDI, influenced by internal factors such as political stability and economic policies, alongside the global context of the COVID-19 pandemic. In 2020, despite the economic contraction, Ecuador managed to increase FDI as a percentage of GDP, reaching 1.10%, thanks to investment attraction policies in strategic sectors. However, in 2021, FDI significantly decreased, reflecting ongoing political instability and post-pandemic economic challenges. In 2022, a partial recovery was observed, although FDI's share of GDP still did not reach pre-pandemic levels. By 2023, FDI fell to its lowest level during the analyzed period, representing only 0.35% of GDP, indicating a decline in foreign investor confidence. The conclusions highlight the need for Ecuador to implement more stable and attractive policies for foreign investors, improve the business climate, and diversify its economic base to reverse the downward trend in FDI and sustain long-term economic progress.

**Keywords:** Foreign Direct Investment, Economy of Ecuador, Economic Growth, Political Stability, COVID-19 Pandemic





## 1. Introducción

La inversión extranjera directa (IED) es un elemento esencial para el progreso económico global, desempeñando un papel crucial en el proceso de unificación de las economías en desarrollo dentro del mercado global. Este tipo de inversión, que se conoce como inversión transfronteriza, permite a un inversor residente en un país obtener un interés duradero y una gran influencia en la gestión de una empresa que opera en otro país, ha permitido que muchas economías en desarrollo accedan a recursos financieros, tecnológicos y gerenciales que de otro modo estarían fuera de su alcance (Dunning & Lundan, 2008).

En el caso de Ecuador, un país que tiene como objetivo aumentar la diversificación de su economía y disminuir su dependencia de los ingresos del petróleo, la IED ha sido vista como una herramienta estratégica para alcanzar un desarrollo más sostenido y equitativo.

El período 2019-2023 ha sido particularmente significativo para Ecuador, dado que el país ha atravesado una serie de desafíos económicos y sociales que han influido tanto en la atracción como en el impacto de la IED. En primer lugar, la economía mundial ha sido devastada por la pandemia de COVID-19, y Ecuador

no es una excepción. La economía de Ecuador ha sido gravemente afectada por una contracción económica global, interrupciones en las cadenas de suministro y una caída en los precios del petróleo, lo que ha reducido su capacidad para atraer inversión extranjera directa en sectores importantes (Banco Mundial, 2022).

Además, los cambios en el entorno político, incluidos los desafíos relacionados con la estabilidad política y la gobernabilidad, han generado incertidumbre entre los inversores extranjeros, lo que ha afectado negativamente los flujos de IED hacia el país (CEPAL, 2022).

A pesar de estos desafíos, la IED ha seguido siendo una fuente esencial de capital en Ecuador. Históricamente, la IED en Ecuador se ha enfocado en áreas como el petróleo, la minería, y las telecomunicaciones, sectores que han beneficiado del acceso a capital extranjero y tecnología avanzada (UNCTAD, 2021).

Sin embargo, esta concentración conlleva riesgos significativos, dado que la nación continúa siendo susceptible a las fluctuaciones en los precios de los bienes esenciales y a la inestabilidad del mercado global. Según datos contemporáneos, la proporción de la inversión extranjera directa en el Producto Interno Bruto de Ecuador ha

experimentado una reducción en los años recientes, lo que sugiere que la nación no ha logrado capitalizar eficientemente el potencial de la Inversión Extranjera Directa para fomentar su desarrollo económico. (CEPAL, 2022).

El análisis de la IED y su repercusión en la economía ecuatoriana durante la etapa 2019-2023 requiere una comprensión profunda de varios factores interrelacionados. En primer lugar, es esencial considerar el marco institucional y regulatorio que rige la IED en Ecuador. Las políticas gubernamentales, incluidas las leyes sobre propiedad extranjera, impuestos y la protección de los inversores, desempeñan un papel fundamental en la atracción de IED (Sornarajah, 2010). En este sentido, la política de Ecuador hacia la IED ha sido ambivalente; por un lado, el país ha buscado atraer capital extranjero para desarrollar sectores estratégicos, pero, por otro lado, ha habido una fuerte retórica en contra de la influencia extranjera en la economía nacional, lo que ha creado un entorno de incertidumbre para los inversores.

El contexto político también ha ejercido una influencia significativa en el desarrollo de la Inversión Extranjera Directa en Ecuador durante este período. La ausencia de continuidad en las estrategias económicas y la inestabilidad política representan desafíos que han impactado

históricamente a diversas naciones de América Latina. como lo han hecho señalados Dornbusch & Edwards (1991) en su análisis de la macroeconomía del populismo en la región En Ecuador, estos mismos factores han sido citados como barreras importantes para la atracción de IED, lo que ha generado incertidumbre entre los inversores extranjeros y ha reducido los flujos de inversión hacia el país.

Los cambios de gobierno, las reformas fiscales y las políticas de expropiación han contribuido a una percepción de riesgo elevada entre los inversores extranjeros, lo que ha reducido los flujos de IED hacia el país (Busse & Hefeker, 2007).

A pesar de estos desafíos, algunos sectores, como las energías renovables y la tecnología, han mostrado un crecimiento sostenido en la atracción de inversión extranjera directa, lo que indica que Ecuador tiene un potencial significativo para diversificar su base económica si se implementan las políticas correctas (Banco Mundial, 2022).

Otro aspecto crucial a considerar es la estructura económica de Ecuador y su capacidad para absorber y maximizar los beneficios de la IED. Ecuador es una economía pequeña y abierta, altamente dependiente de las exportaciones de petróleo y otros recursos naturales. Esta

dependencia ha limitado la capacidad del país para diversificar su economía y ha aumentado su vulnerabilidad a los choques externos (Acosta Espinosa, 2009). Sin embargo, la IED puede desempeñar un papel importante en la diversificación económica, al atraer inversiones en sectores no tradicionales y al fomentar la transferencia de tecnología y conocimientos.

Por ejemplo, la inversión en industrias pertenecientes al turismo, la agricultura de valor agregado y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) podría ayudar a Ecuador a reducir su dependencia del petróleo ya desarrollar una economía más resiliente y sostenible Dunning & Lundan, (2008).

La pandemia de COVID-19 también ha tenido un impacto significativo en la IED en Ecuador. La crisis sanitaria global ha provocado una caída en los flujos de IED a nivel mundial, y Ecuador no ha sido la excepción (UNCTAD, 2021).

La pandemia ha exacerbado las vulnerabilidades existentes en la economía ecuatoriana, incluyendo la dependencia del petróleo, la falta de diversificación económica y la debilidad del sistema de salud. A pesar de estos desafíos, la crisis también ha presentado oportunidades para atraer IED en sectores estratégicos, como la salud, la tecnología y las energías renovables. La respuesta del gobierno ecuatoriano

a la pandemia, incluyendo las medidas para estabilizar la economía y atraer inversiones extranjeras, será un factor clave en la recuperación económica del país en los próximos años (Banco Mundial, 2022).

En términos de impacto, la IED tiene el potencial de contribuir al crecimiento económico del Ecuador de varias maneras. En primer lugar, la IED puede aumentar la capacidad productiva del país al proporcionar capital para la inversión en infraestructura, tecnología y capacidades humanas (Borensztein, et al., 1998).

En segundo lugar, la IED puede generar empleo y mejorar la calidad del empleo al introducir nuevas tecnologías y prácticas de gestión en el país receptor (Blomström & Kokko, 1998). En tercer lugar, la IED puede contribuir al desarrollo de capacidades locales al facilitar la transferencia de conocimientos y tecnologías desde las empresas multinacionales hacia las empresas locales (Blomström & Kokko, 1998).

Sin embargo, los beneficios de la IED no son automáticos, y su impacto depende en gran medida de las políticas y el entorno institucional del país receptor (Dunning & Lundan, 2008). Uno de los principales desafíos para Ecuador es maximizar los beneficios de la IED mientras se minimizan sus posibles efectos negativos. La IED puede tener

efectos adversos, como la erosión de la base impositiva, la repatriación de ganancias y los efectos perjudiciales en el medio ambiente (Moran, et al., 2005).

Además, la concentración de la IED en sectores extractivos, como el petróleo y la minería, puede perpetuar la dependencia de Ecuador en los recursos naturales y dificultar la diversificación económica (Acosta Espinosa, 2009). Para enfrentar estos desafíos, es esencial que Ecuador desarrolle políticas que promuevan una IED más diversificada y orientada al desarrollo sostenible, al tiempo que se protegen los intereses nacionales y se fomentan las capacidades locales.

Este artículo propone analizar la evolución de la IED en Ecuador en el período 2019-2023, con un enfoque cuantitativo para determinar la evolución en la economía del país.

Para ello, se adoptará un enfoque multidimensional que incluirá el análisis de datos económicos, el examen del entorno político e institucional, y la evaluación del impacto de la IED en diversos sectores de la economía ecuatoriana. Se utilizarán datos empíricos de fuentes confiables, como es el Banco Central Ecuatoriano y la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, así como estudios académicos recientes que proporcionarán una base sólida para la

discusión. El objetivo es proporcionar una visión integral de la relación entre la IED y el crecimiento económico en Ecuador.

## 2. Metodología

Para el presente estudio se consideró la información de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS), ya que esta institución proporciona datos detallados sobre las empresas que operan en el país, incluyendo aquellas que han recibido inversión extranjera directa.

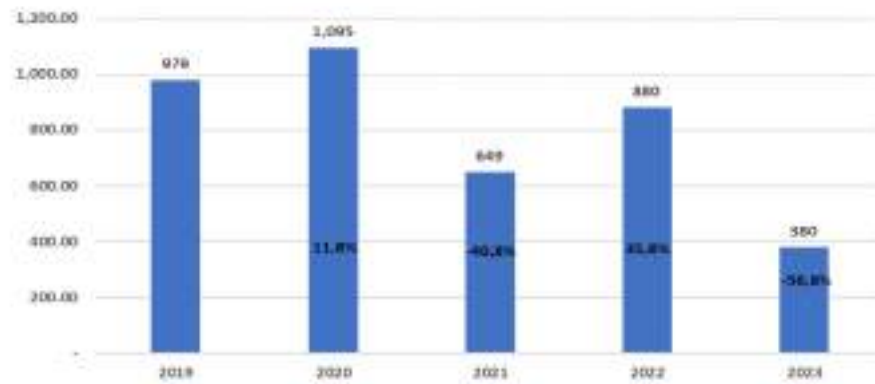
Los registros incluyen información sobre el capital extranjero registrado, los sectores económicos de inversión, y la distribución geográfica de las empresas receptoras de IED. Los datos obtenidos de esta fuente son fundamentales para comprender las tendencias de la IED en Ecuador y su distribución sectorial, lo que permite asegurar la confiabilidad y precisión de los resultados.

A través de este análisis descriptivo se podrá explorar en detalle el tema de la inversión extranjera directa y su impacto en la economía del Ecuador durante el período 2019-2023. Este enfoque permitió no solo adquirir un conocimiento profundo sobre la dinámica de los IED en el país, sino también analizar cómo diferentes factores económicos, políticos y sociales se interrelacionan y contribuyen al

incremento de esta inversión. La investigación engloba una diversidad de elementos fundamentales que están intrínsecamente vinculados con

el incremento de la Inversión Extranjera Directa y su impacto en el desarrollo económico ecuatoriano, facilitando así una comprensión más profunda.

**Fig. 2. Evolución de la inversión extranjera directa, variación anual**



**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros; Banco Central del Ecuador

**Nota:** Valores en millones de dólares

**Elaborado:** por los autores

El gráfico representa el desarrollo de la evolución de la inversión extranjera directa (IED) en Ecuador entre el 2019 y 2023, destacando tanto los montos absolutos en millones de dólares como las variaciones porcentuales año a año.

En 2019, el flujo de IED alcanzó los 979 millones de dólares, estableciendo una base para las comparaciones en los

años siguientes. Este nivel de inversión reflejaba una economía que, aunque enfrentaba desafíos internos, aún mantenía cierta estabilidad política y económica que permitía atraer capital extranjero.

En 2020, la IED ascendió a 1.095 millones de dólares, lo que representó un incremento del 11,8% en comparación

con el año anterior. Este crecimiento puede explicarse en parte por los esfuerzos del gobierno ecuatoriano para atraer inversiones mediante reformas legislativas y acuerdos bilaterales, así como por el interés de los inversores en sectores estratégicos como el petróleo y las telecomunicaciones.

Sin embargo, este aumento se produjo en un contexto global marcado por la pandemia de COVID-19, que generó incertidumbre en los mercados. A pesar de esto, Ecuador logró atraer más capital extranjero, lo que indica un cierto grado de resiliencia o inercia de inversiones que ya estaban en proceso.

El año 2021 evidenció una reducción significativa en la Inversión Extranjera Directa, descendiendo a 649 millones de dólares, lo que representa una disminución del 40,8% en comparación con el año 2020.

Esta reducción significativa puede ser atribuida a diversos factores, tales como la prolongación de la pandemia, que intensificaron la incertidumbre global, y las dificultades internas vinculadas con la inestabilidad política y las manifestaciones sociales en Ecuador. Además, la disminución en los precios del petróleo y las dificultades fiscales de

la nación desalentaron a los inversores, especialmente en sectores que se sustentan en el petróleo.

En 2022, la IED se recuperó parcialmente, aumentando a 880 millones de dólares, con un crecimiento del 35,8% respecto al año anterior.

Esta recuperación podría estar relacionada con una ligera mejora en la situación económica global post-pandemia, así como con políticas más favorables para la inversión en Ecuador.

Sin embargo, en 2023, la IED cayó abruptamente a 380 millones de dólares, lo que equivale a una disminución del 56,8% en relación al 2022.

Esta caída podría estar relacionada con la creciente inestabilidad política en Ecuador, problemas en la gobernabilidad, y un entorno global desfavorable, marcado por la inflación y el incremento de las tasas de interés.

La tendencia volátil observada en la IED durante este período subraya la importancia de que Ecuador implemente políticas más estables y atractivas para los inversores extranjeros, así como un entorno político y económico más predecible para recuperar y sostener los flujos de inversión en el futuro.

**Tabla 1. Inversión directa por rama de actividad económica**

| Rama de actividad económica                 | Años          |                 |               |               |               |
|---------------------------------------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|
|                                             | 2019          | 2020            | 2021          | 2022          | 2023          |
| Agricultura, silvicultura, caza y pesca     | 97.90         | -10.22          | 7.26          | 61.32         | 12.24         |
| Comercio                                    | 77.02         | 102.77          | 55.44         | 69.02         | 70.77         |
| Construcción                                | 69.23         | 176.79          | 93.57         | 6.74          | -2.52         |
| Electricidad, gas y agua                    | 6.71          | 11.85           | 1.23          | 7.82          | -1.31         |
| Explotación de minas y canteras             | 425.83        | 535.13          | 108.66        | -178.29       | 198.04        |
| Industria manufacturera                     | 110.18        | 37.48           | 194.37        | 83.44         | 7.01          |
| Servicios comunales, sociales y personales  | -6.79         | 35.02           | 7.37          | -8.32         | 37.03         |
| Servicios prestados a las empresas          | 100.44        | 202.72          | 135.46        | 820.95        | 21.14         |
| Transporte, almacenamiento y comunicaciones | 98.86         | 3.57            | 45.21         | 17.61         | 37.94         |
| <b>Total</b>                                | <b>979.38</b> | <b>1,095.10</b> | <b>648.57</b> | <b>880.29</b> | <b>380.34</b> |

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros; Banco Central del Ecuador

**Nota:** Valores en millones de dólares

**Elaborado** por los autores

La tabla 1, se expone la inversión extranjera directa (IED) por sector económico en Ecuador durante el periodo de estudio.

Los datos reflejan las fluctuaciones y cambios en la distribución de la IED en diferentes sectores a lo largo de estos años, evidenciando las áreas que han experimentado mayor atracción de capital extranjero y aquellas que han visto reducciones significativas en la inversión.

En 2019, los sectores de "Explotación de minas y canteras" y "Servicios prestados a las empresas" destacaron como los mayores receptores de IED, con 425.83 y 100.44 millones de dólares respectivamente. Estos sectores, clave para la economía ecuatoriana, fueron los principales motores del flujo de capital extranjero. Sin embargo, en 2020, a pesar de la pandemia, hubo un notable aumento en la inversión en la construcción, que casi se triplicó,

alcanzando los 176.79 millones de dólares, probablemente debido a proyectos de infraestructura impulsados por el gobierno.

Este año también vio un aumento en la inversión en la "Explotación de minas y canteras" a 535.13 millones de dólares, reflejando el continuo interés en los recursos naturales de Ecuador.

El año 2021 mostró una disminución general en la IED, con un notable descenso en la inversión en la "Explotación de minas y canteras", que cayó a 108.66 millones de dólares, probablemente debido a la inestabilidad política y las crecientes preocupaciones ambientales.

No obstante, la "Industria manufacturera" experimentó un repunte significativo, recibiendo 194.37 millones de dólares, lo que podría estar relacionado con el esfuerzo por reducir la dependencia del sector extractivo y diversificar la economía.

Sin embargo, el sector de "Construcción", que había visto un fuerte crecimiento en 2020, experimentó una caída considerable en la inversión, lo que sugiere una desaceleración en los proyectos de infraestructura.

En 2022, se observa una recuperación en algunos sectores, con "Servicios prestados a las empresas" recibiendo una inyección masiva de 820.95 millones de dólares, lo que sugiere un enfoque renovado en el sector de servicios como motor de crecimiento económico. Este aumento puede estar relacionado con la reactivación económica post-pandemia y un interés creciente en servicios que apoyan tanto a las empresas locales como a las internacionales. Sin embargo, otros sectores como la "Explotación de minas y canteras" registraron una caída negativa en la inversión, con -178.29 millones de dólares, lo que podría estar relacionado con desinversiones o reestructuraciones en proyectos existentes.

Finalmente, en 2023, la tabla 1 muestra un panorama mixto. Mientras que sectores como "Explotación de minas y canteras" y "Servicios comunales, sociales y personales" muestran signos de recuperación, otros sectores como "Construcción" y "Electricidad, gas y agua" registran inversiones negativas, indicando una contracción en la actividad económica. El sector de "Servicios prestados a las empresas", que había experimentado un auge en 2022, vio una disminución drástica en la inversión, lo que refleja la volatilidad en este sector y posiblemente una corrección del mercado.

**Tabla 2. Inversión extranjera directa, ingreso por regiones**

| País                     | Años          |                |               |               |               |
|--------------------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|
|                          | 2019          | 2020           | 2021          | 2022          | 2023          |
| América (Estados Unidos) | 515.62        | 586.52         | 365.69        | 604.11        | 220.84        |
| Comunidad andina         | 15.68         | 14.74          | 25.78         | 38.78         | 16.51         |
| Resto de América         | 425.57        | 484.99         | 256.55        | 530.04        | 141.34        |
| Europa                   | 371.52        | 418.57         | 158.08        | 199.31        | 78.55         |
| Asia                     | 35.67         | 62.20          | 83.86         | 73.96         | 81.63         |
| África                   | 0.08          | 0.02           | 0.00          | 0.01          | 0.00          |
| Oceanía                  | 35.79         | -2.75          | 8.79          | 1.08          | 1.95          |
| Otros                    | 20.71         | 30.54          | 32.15         | 1.83          | -2.64         |
| <b>Total</b>             | <b>979.38</b> | <b>1095.10</b> | <b>648.57</b> | <b>880.29</b> | <b>380.34</b> |

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Nota:** Valores en millones de dólares

**Elaborado** por los autores

La tabla 2 presenta la evolución de la inversión extranjera directa (IED) en Ecuador desglosada por regiones en el período 2019-2023. Este desglose permite identificar las principales fuentes de capital extranjero y cómo han variado los flujos de inversión en función de las regiones de origen.

En 2019, América (Estados Unidos) fue la principal región de origen de la IED en Ecuador, con un aporte de 515.62 millones de dólares, lo que representa más de la mitad del total recibido en ese año. De los otros países de América, dejando por fuera a los países de

la Comunidad Andina recibió un total de 425.57 millones de dólares, destacándose como el principal grupo de países inversores.

Europa fue la tercera mayor fuente de IED, contribuyendo con 371.52 millones de dólares. Asia, aunque con un aporte más modesto de 35.67 millones, también comenzó a ganar relevancia como región inversora en Ecuador.

Oceanía, por su parte, aportó 35.79 millones, una cifra significativa si se considera la menor presencia de capital de esta región en comparación

con América y Europa. En 2020, a pesar de la pandemia de COVID-19 que afectó gravemente los flujos de inversión global, Ecuador experimentó un aumento en la IED proveniente de América (Estados Unidos), que ascendió a 586.52 millones de dólares.

Este incremento se debe principalmente al aumento de las inversiones de países del resto de América, que aportaron 484.99 millones de dólares.

Europa también mostró un aumento en sus inversiones, alcanzando los 418.57 millones de dólares, mientras que Asia duplicó su aporte con 62.20 millones de dólares, lo que sugiere un creciente interés de esta región en la economía ecuatoriana. Sin embargo, Oceanía presentó un comportamiento negativo, con un registro de -2.75 millones de dólares, lo que indica desinversiones o retiros de capital.

El año 2021 mostró una disminución significativa en la IED, con una caída generalizada en las inversiones provenientes de todas las regiones, excepto Asia, que incrementó su participación hasta los 83.86 millones de dólares. América y Europa, que tradicionalmente han sido los mayores contribuyentes de IED, redujeron sus aportes a 365.69 y 158.08 millones de dólares, respectivamente. Este descenso puede atribuirse a la incertidumbre global y a la prolongación de los

efectos económicos de la pandemia. Es notable la caída en la IED de Oceanía, que, aunque no significativa en valor absoluto, pasó de cifras negativas en 2020 a una modesta recuperación con 8.79 millones de dólares en 2021.

En 2022, se observa una recuperación en los flujos de IED, con América nuevamente liderando con 604.11 millones de dólares, principalmente impulsada por un aumento en las inversiones del resto de América que alcanzaron los 530.04 millones de dólares. Europa, aunque con un incremento respecto a 2021, continuó con un nivel relativamente bajo de 199.31 millones de dólares.

Asia, que ha mostrado una tendencia ascendente, mantuvo un aporte significativo con 73.96 millones de dólares. En contraste, las inversiones provenientes de Oceanía y África permanecieron bajas, con apenas 1.08 millones y 0.01 millones de dólares, respectivamente, lo que indica un interés limitado de estas regiones en Ecuador.

En 2023, la tabla muestra una caída pronunciada en la IED total, con América reduciendo su aporte a 220.84 millones de dólares, reflejando una disminución tanto en las inversiones de la Comunidad Andina como del resto de América. Europa también mostró una caída sustancial, con solo 78.55 millones de



dólares en inversiones, mientras que Asia se mantuvo relativamente estable con 81.63 millones de dólares. Las cifras de Oceanía y África se mantuvieron prácticamente nulas, lo que resalta la falta de dinamismo de estas regiones

en términos de IED hacia Ecuador. Es relevante notar la categoría de "Otros", que registró una cifra negativa de -2.64 millones de dólares, indicando desinversiones o repatriación de capitales.

**Tabla 3. Entradas de inversión extranjera directa, por naciones receptoras**

| País                         | Años           |               |               |                |                |
|------------------------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
|                              | 2019           | 2020          | 2021          | 2022           | 2023           |
| Argentina                    | 6,649          | 4,884         | 6,658         | 15,201         | 23,866         |
| Bolivia                      | -217           | -1,129        | 584           | 6              | 294            |
| Brasil                       | 69,174         | 38,270        | 46,441        | 74,606         | 64,230         |
| Chile                        | 13,579         | 11,447        | 15,177        | 18,237         | 21,738         |
| Colombia                     | 13,989         | 7,459         | 9,561         | 17,183         | 17,147         |
| Ecuador                      | 979            | 1,095         | 649           | 880            | 380            |
| Paraguay                     | 409            | 198           | 306           | 672            | 241            |
| Perú                         | 4,775          | 663           | 7,142         | 11,201         | 3,918          |
| Uruguay                      | 1,470          | 528           | 3,448         | 8,526          | -436           |
| <b>Total América del Sur</b> | <b>110,807</b> | <b>63,415</b> | <b>89,966</b> | <b>146,512</b> | <b>131,378</b> |

**Fuente:** Cepal

**Nota:** Valores en millones de dólares

**Elaborado** por los autores

La tabla 3 presenta las entradas de inversión extranjera directa (IED) por naciones receptoras en América del Sur durante el período 2019-2023. Este análisis permite observar las diferencias en la atracción de capital extranjero entre los distintos países de la región y cómo han evolucionado estas inversiones a lo largo de los años, en el contexto de

los desafíos económicos y políticos de la región. En 2019, Brasil fue el mayor receptor de IED en América del Sur, con 69,174 millones de dólares, seguido por Argentina y Chile, con 6,649 y 13,579 millones de dólares, respectivamente. Ecuador, con 979 millones de dólares, ocupó un lugar modesto en comparación con sus vecinos.

Este año marcó un punto de referencia para la IED en la región, con un total de 110,807 millones de dólares.

Los flujos de inversión reflejaron un entorno económico regional relativamente estable, aunque con diferencias significativas en la capacidad de atracción de capital entre los países.

En 2020, los efectos de la pandemia de COVID-19 se hicieron evidentes, con una reducción general en la IED en la mayoría de los países. Brasil, aunque todavía el mayor receptor, vio una caída drástica en la inversión, bajando a 38,270 millones de dólares, lo que refleja la incertidumbre económica global. Argentina y Colombia también experimentaron disminuciones significativas, con Argentina recibiendo 4,884 millones de dólares y Colombia 7,459 millones de dólares.

Ecuador, en contraste, mostró una ligera mejora en la IED, alcanzando 1,095 millones de dólares, posiblemente debido a su relativa estabilidad en ciertos sectores clave.

El total de IED en América del Sur se redujo a 63,415 millones de dólares, evidenciando el impacto de la crisis global en la región.

El año 2021 mostró signos de recuperación en algunos países, aunque con una distribución desigual. Brasil

recuperó parte de su pérdida, alcanzando 46,441 millones de dólares en IED, mientras que Chile y Perú también mostraron incrementos notables, con 15,177 y 7,142 millones de dólares, respectivamente. Ecuador, sin embargo, experimentó una caída en la IED a 649 millones de dólares, reflejando quizás los desafíos internos y la prolongación de los efectos de la pandemia.

Bolivia, por su parte, revirtió su tendencia negativa, recibiendo 584 millones de dólares en IED. El total de IED en América del Sur se situó en 89,966 millones de dólares, mostrando una recuperación parcial en comparación con el año anterior.

En 2022, la región de América del Sur experimentó una fuerte recuperación de la IED, alcanzando un total de 146,512 millones de dólares. Brasil lideró nuevamente, con 74,606 millones de dólares, reflejando la reactivación de grandes proyectos y un entorno económico más favorable.

Argentina también mostró un aumento significativo, con 15,201 millones de dólares, mientras que Colombia y Chile continuaron atrayendo cantidades considerables de inversión, con 17,183 y 18,237 millones de dólares, respectivamente. Ecuador, sin embargo, se mantuvo en un nivel relativamente bajo, con 880 millones de dólares, lo que sugiere que, aunque hubo una

recuperación, el país aún enfrenta dificultades para competir con sus vecinos en la atracción de IED.

En 2023, la IED en América del Sur disminuyó ligeramente a 131,378 millones de dólares, con Brasil y Argentina manteniéndose como los principales receptores, aunque con una leve caída en comparación con 2022. Brasil recibió 64,230 millones de dólares, mientras que Argentina vio un aumento continuado, alcanzando 23,866 millones de dólares.

Ecuador, en contraste, experimentó una caída significativa, recibiendo solo 380 millones de dólares, lo que representa una de las cifras más bajas de la región. Este descenso podría estar vinculado a factores de inestabilidad política, problemas económicos internos, y una menor competitividad en comparación con otros países sudamericanos. Uruguay, notablemente, presentó un comportamiento negativo, con una desinversión de -436 millones de dólares, lo que indica posibles retiros de capital o reestructuraciones importantes.

**Tabla 4. Porcentaje de Inversión extranjera directa del producto interno bruto**

| Descripción                  | Años         |              |              |              |              |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                              | 2019         | 2020         | 2021         | 2022         | 2023         |
| Producto Interno Bruto       | 108,100      | 99,290       | 106,160      | 115,000      | 109,910      |
| Inversión Extranjera Directa | 979          | 1,095        | 648          | 880          | 380          |
| <b>Representación en %</b>   | <b>0.91%</b> | <b>1.10%</b> | <b>0.61%</b> | <b>0.77%</b> | <b>0.35%</b> |

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros; Banco Central del Ecuador

**Nota:** Valores en millones de dólares

**Elaborado** por los autores

La inversión extranjera directa (IED) como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador durante el período 2019-2023 se muestra en la Tabla 4. Para comprender la importancia relativa de la inversión extranjera directa en la economía nacional y cómo ha evolucionado este indicador a lo largo del tiempo, es esencial observar esta relación.

En 2019, el PIB de Ecuador fue de 108,100 millones de dólares, con una IED de 979 millones de dólares. Esto representó un 0.91% del PIB, un valor relativamente modesto que refleja una economía que, aunque estable, no dependía en gran medida de la IED para su crecimiento económico. Este porcentaje indica que la IED tuvo una presencia limitada en la economía, lo

que podría deberse a factores como la concentración en ciertos sectores específicos y la estructura económica del país, que en ese momento no estaba plenamente orientada a atraer grandes volúmenes de inversión extranjera.

En 2020, a pesar de la contracción del PIB a 99,290 millones de dólares debido al impacto de la pandemia de COVID-19, la IED aumentó ligeramente a 1,095 millones de dólares, elevando su representación al 1.10% del PIB.

Este incremento en la participación de la IED como porcentaje del PIB sugiere que, incluso en un entorno económico adverso, Ecuador logró mantener y aumentar los flujos de inversión extranjera, lo que podría estar relacionado con políticas de estímulo o con inversiones en sectores menos afectados por la crisis, como el sector de telecomunicaciones o servicios esenciales.

En 2021, aunque el PIB se recuperó a 106,160 millones de dólares, la IED cayó drásticamente a 648 millones de dólares, lo que resultó en una reducción del porcentaje de la IED en el PIB a 0.61%.

Esta disminución refleja las dificultades persistentes que enfrentó la economía ecuatoriana en atraer inversión extranjera durante la recuperación post-pandemia. Factores como la inestabilidad política, los retos fiscales

y la falta de confianza de los inversores pudieron haber contribuido a esta disminución, lo que sugiere la necesidad de reformas para mejorar el entorno de inversión.

En 2022, el PIB continuó creciendo hasta alcanzar los 115,000 millones de dólares, mientras que la IED experimentó una recuperación parcial, aumentando a 880 millones de dólares. Esto llevó a que la IED representara el 0.77% del PIB, un incremento respecto al año anterior, pero aún por debajo de los niveles anteriores a la pandemia. Este repunte en la inversión, aunque modesto, indica un cierto nivel de recuperación de la confianza de los inversores, posiblemente impulsado por mejoras en la estabilidad económica y la reactivación de proyectos previamente suspendidos.

Finalmente, en 2023, el PIB de Ecuador se redujo a 109,910 millones de dólares, y la IED cayó significativamente a 380 millones de dólares, lo que resultó en la participación más baja del período analizado, con un 0.35% del PIB. Esta caída refleja una pérdida considerable de atractivo de Ecuador para los inversores extranjeros, probablemente debido a factores como la creciente inestabilidad política, el deterioro de las condiciones económicas globales y locales, y posibles problemas de gobernanza. El descenso en la participación de la IED en el PIB subraya la urgencia de implementar

políticas más efectivas y atractivas para revertir esta tendencia y revitalizar la economía mediante la atracción de inversión extranjera.

#### 4. Conclusiones

Con este análisis se puede concluir que en Ecuador la evolución de la IED entre 2019 y 2023 ha sido marcada por una alta volatilidad, con sectores clave como la "Explotación de minas y canteras" y "Construcción" mostrando fluctuaciones significativas.

Esta volatilidad subraya la importancia de un entorno económico y político estable para mantener y atraer inversión extranjera.

Los datos también indican un cambio en el enfoque de la IED hacia sectores de servicios en los últimos años, lo que podría ser una señal de diversificación económica o una respuesta a las cambiantes condiciones globales y locales.

La variabilidad en la inversión en sectores clave sugiere la necesidad de políticas más coherentes y previsibles para consolidar la confianza de los inversores y promover un crecimiento económico sostenido.

La evolución de la IED en Ecuador por regiones durante el período 2019-2023 muestra una dependencia significativa

de las inversiones provenientes de América, especialmente de países fuera de la Comunidad Andina.

La fluctuación en las inversiones de Europa y Asia indica cambios en las percepciones de riesgo y oportunidades en el mercado ecuatoriano. La caída en 2023 refleja un contexto económico desafiante, marcado por la inestabilidad política y económica global, lo que subraya la necesidad de Ecuador de diversificar sus fuentes de IED y fortalecer las relaciones con regiones menos representadas, como Asia y Oceanía, para asegurar una base de inversión más sólida y sostenible en el futuro.

Se revela las disparidades en la atracción de IED entre los países de América del Sur, con Brasil y Argentina destacándose como los mayores receptores a lo largo de los años.

Ecuador, aunque ha mantenido una presencia constante en la región, ha mostrado dificultades para aumentar su cuota de IED, especialmente en comparación con sus vecinos más grandes y dinámicos. La fluctuación en los flujos de IED en la región subraya la importancia de la estabilidad política, la seguridad jurídica y las políticas económicas coherentes para atraer y retener la inversión extranjera, factores que son cruciales para el crecimiento económico sostenible en Ecuador y en América del Sur en general.

#### 5. Referencias

- Acosta Espinosa, A. (Abril de 2009). La maldición de la abundancia : un riesgo para la democracia. *La Tendencia*, 9(25), 103-115. doi:ISSN : 13902571
- Banco Mundial. (2022). Perspectivas económicas mundiales. Obtenido de <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/cb15f6d7442eade75bb95c4fdec1b3-0350012022/related/Global-Economic-Prospects-January-2022-Regional-Overview-LAC-SP.pdf>
- Blomström, M., & Kokko, A. (1998). Corporaciones multinacionales y efectos indirectos. *Encuestas económicas*, 12(3), 247-277. doi:<https://doi.org/10.1111/1467-6419.00056>
- Borensztein, E., De Gregorio, J., & J-W. Lee. (Junio de 1998). ¿Cómo afecta la inversión extranjera directa al crecimiento económico? *Revista de Economía Internacional ELSEVIER*, 45(11), 115-135. doi:[https://doi.org/10.1016/S0022-1996\(97\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0022-1996(97)00033-0)
- Busse , M., & Hefeker, C. (Junio de 2007). Riesgo político, instituciones e inversión extranjera directa. *Revista Europea de Economía Política*, 23(2), 397-415. doi:10.1016/j.ejpoleco.2006.02.003
- CEPAL. (2022). La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe. CEPAL. doi:9789211220896
- Dornbusch, R., & Edwards, S. (1991). La macroeconomía del populismo en la América Latina.
- Dunning, J., & Lundan, S. (2008). *Empresas multinacionales y economía global*. Northampton: Edward Elgar.
- Moran, T., Graham, E., & Blomstrom, M. (2005). ¿La inversión extranjera directa promueve el desarrollo? Washington: Peterson Institute Press.
- Sornarajah, M. (2010). En *El derecho internacional de la inversión extranjera* (Tercera ed.). Prensa de la Universidad de Cambridge. doi:10.1017/CBO9780511841439
- UNCTAD. (2021). Informe sobre las inversiones en el mundo 2021: Invertir en una recuperación sostenible. Naciones Unidas.

## ANÁLISIS EMPÍRICO DE LOS PRINCIPIOS CORPORATIVOS COMPARANDO EMPRESAS DE MANUFACTURA Y DE PLÁSTICO.

### EMPIRICAL ANALYSIS OF CORPORATE PRINCIPLES COMPARING MANUFACTURING AND COMPANIES.

*Alberto Jacinto Paredes Ochoa, Kerly Nichole Manosalva Lemus, Ítalo Omar Martillo Pazmiño, Luis Schubert Moya Alchundia*  
*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

Cada vez son más las entidades productivas de toda índole que visualizan la importancia de ir generando y apalancándose en los principios de Gobiernos Corporativos; puesto que buscan establecer estrategias diferenciadoras, ventajas competitivas, agregar valor; nuevas formas de financiamiento bursátil; por esas razones en Ecuador estas empresas privadas se afianzan para lograr atraer inversionistas o accionistas extranjeros; fortalecer los lazos ya existente con sus capitalista, inversores o accionistas. Este análisis empírico comparativo se dará a cuatro empresas, dos de manufactura y dos de plásticos mostrando su potencial en la aplicación de estos principios de Gobiernos Corporativos para que otras organizaciones empresariales las puedan implementar.

**Palabras clave:** Gobierno Corporativo, Empresa manufactura, Empresa plástico, Financiamiento bursátil, Capital.

#### Abstract

There are more and more productive entities of all kinds that visualize the importance of generating and leveraging the principles of Corporate Governance; since they seek to establish differentiating strategies, competitive advantages, add value; new forms of stock financing; For these reasons, in Ecuador these private companies establish themselves to attract foreign investors or shareholders. Strengthen existing ties with your capitalists, investors or shareholders. This comparative empirical analysis will be given to four companies, two manufacturing and two plastics, showing their potential in the application of these Corporate Governance principles so that other business organizations can implement them.

**Keywords:** Corporate Government, Manufacturing company, Plastic company, Stock market financing, Capital.

## 1. Introducción

Las sociedades necesitan la generación; desarrollo y afianzamiento del sector empresarial productivo, en Ecuador esta tendencia no es esquivada para el fortalecimiento de su población en el bienestar social; proliferación de empleo; ingresos fiscales que el Estado logra revertir en obras significativas.

El desarrollo empresarial es un factor muy importante en la sociedad, las empresas son generadoras de empleo y brindan estabilidad a las familias, incrementando de esta manera el poder adquisitivo de las personas (Sánchez et al., 2023, 1).

Para todo país la generación de empresas son el pilar fundamental de su estructura económica, social, financiera. Históricamente; “existen diversas fuentes en cuanto al desarrollo del hombre y su interés por generar productividad y con ello crear en su hogar lo que se conocería como terreno; taller; negocio; empresa; organización” (Macas-Acosta, Paredes-Ochoa, & Vergara-Romero, 2023, pág. 41).

Las empresas industriales abarcan un gran número de entidades organizacionales, y son conocedoras por su gran magnitud en cuanto a tamaño físico, cantidad de empleados, utilización de maquinarias. Empleabilidad de tecnologías industriales, y por su

importante impacto comercial en los sectores de su actividad. (CEUPE, s. f.) Se dedican a la adquisición y transformación de bienes o materias primas para su posterior comercialización (sdindustrial.com.mx, s. f.).

Su principal característica es la producción, su objetivo producir bienes de alta calidad y eficientes para el mercado (Aicad Business School, 2023). Hoy en día, el mundo de los negocios está en crecimiento constante. Las empresas deben ser ágiles al tomar decisiones (Montachana-Amanta, 2023, pág. 13). Es por esa razón que el sector de la industria se constituye como el eje central para el desarrollo económico y social de cualquier país (Horna et al., 2009, 231).

Son grandes los esfuerzos que se están dando a nivel empresarial en el Ecuador uno de ellos está centrado en generar una cultura de financiación no tradicional por esa razón que como menciona Augusto Garzón (s. f.) citado por Alberto Paredes-Ochoa et al., (2023, pág. 14):

Ecuador está inmerso en la visión estratégica compartida pues constituye en un mecanismo de generación de riqueza incluyente y socialmente responsable. Apunta a la sostenibilidad de las empresas y su impacto positivo en los grupos de interés con los cuales se relaciona.

La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros en resolución No. SCVS-INC-DNCDN-2020- 0012 el 1 de septiembre de 2020 emitió las Normas Ecuatorianas para el Buen Gobierno Corporativo, los principios son:

**1.- Igualdad.** - Trato justo y equitativo de los accionistas para una conducción honesta y responsable de la compañía.

**2.- Transparencia.** - Obligación de informar, rendir cuentas respecto a sus operaciones.

**3.- Responsabilidad.** - Velar por la sustentabilidad de la compañía.

**4.- Voluntariedad.** - Lineamientos y principios son de aplicación voluntaria por parte de las compañías. (Pérez Bustamante y Ponce, 2020).

Según la Normas ecuatorianas para el Buen Gobierno Corporativo su concepto está centrado en:

“Sistema de control y dirección de las sociedades mercantiles. Bajo este contexto, abarca el conjunto de principios y normas que establecen los estándares elementales” (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021, p. 9).

Según Culqui (2013) citado por Pérez (s. f.) “en el Ecuador todavía no está muy considerado el gobierno corporativo dentro de las organizaciones”.

Pero las iniciativas son cada vez más importantes para cambiar esas realidades, la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros en resolución No. SCVS-INC-DNCDN-2020- 0012 el 1 de septiembre de 2020 emitió las Normas Ecuatorianas para el Buen Gobierno Corporativo, los principios son:

**1.- Igualdad.-** Trato justo y equitativo de los accionistas para una conducción honesta y responsable de la compañía.

**2.- Transparencia.-** Obligación de informar, rendir cuentas respecto a sus operaciones.

**3.- Responsabilidad.-** Velar por la sustentabilidad de la compañía.

**4.- Voluntariedad.-** Lineamientos y principios son de aplicación voluntaria por parte de las compañías. (Pérez Bustamante y Ponce, 2020)

Incluyen siete lineamientos que deben considerarse para un correcto manejo del Gobierno Corporativo:

**1.- Derecho de los accionistas y trato equitativo.**

La forma de gobernar la compañía debe ser práctica y los accionistas deben permitir que sea un administrador el que opere la compañía. Ideal que sea conocedor del negocio.



## 2.- La Junta General o Asamblea de Accionistas.

Confianza en la junta general o asamblea de accionistas como el órgano supremo de la compañía. Reuniones con formalidad, transparencia y eficiencia.

## 3.- El Directorio.

Órgano colegiado encargado de ser el nexo entre los accionistas, el administrador y terceros. El objetivo del Directorio es proteger el negocio de la compañía y ser el órgano encargado y enfocado en proteger los intereses de la compañía.

## 4.- Gobierno Familiar.

Hace referencia a preservar el control total o mayoritario que ejerce una determinada familia en una estructura societaria. El objetivo es adecuar la planificación patrimonial para así evitar conflictos familiares o asegurar que existan los mecanismos de solución de controversias adecuados.

## 5.- Arquitectura de control.

Gestión de riesgos, sistemas de control interno, información y comunicación, y monitoreo de las actividades operacionales de las compañías.

## 6.- Transparencia e información financiera y no financiera.

Las normas recomiendan crear una política de revelación de información en la que se incluya la información que puede ser revelada, la forma en la que se va a compartir, los destinatarios de la información y los procedimientos para asegurar que se proteja la información que va a ser revelada.

## 7.- Medidas para mitigar la corrupción.

Es obligación del administrador elaborar y aprobar un informe anual de Buen Gobierno Corporativo. El objetivo es adoptar nuevas destrezas societarias para identificar prácticas indebidas y aplicar los respectivos controles para combatirlas. (Pérez Bustamante y Ponce, 2020)



Como muestra Deloitte (2020) citando a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2020) en la Figura 1 “las prácticas incluidas si bien son de carácter voluntario, una vez dispuestas así en los estatutos sociales de las compañías, cobrarán su fuerza legal”

(Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020, como se citó en Deloitte, 2020, p.2).

Ahora bien; El crecimiento industrial de Ecuador, sin dudas, es uno de los pilares de su desarrollo (Bittán, 2010).

Claro que esta tendencia no siempre estuvo marcada como prioridad, a partir de 1963 se profundiza en el Ecuador concientizando la necesidad de industrializar para contrarrestar los efectos periódicos de las declinaciones en la actividad exportadora que provocan desajustes en la economía y la sociedad (Villalobos, 1987, pág. 30).

Según la Cámara de Industrias y Producción juntamente con la ESPOL y el Centro de Investigaciones Económicas en su Boletín de Política Económica: “el sector industrial ecuatoriano es uno de los más importantes y diversos del país, contribuyendo con el 12% del PIB en promedio en los últimos 16 años (CIP-ESPOL-CIEC, 2018, pág. 1).

Para la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros en el 2020 el sector industrial manufacturero aporta con más del 20% en generación de empleo, ventas y utilidades (Cobos-Salvador & Armijos-Yambay, 2020).

Todo lo expuesto apunta a que las empresas industriales se fortalezcan con mejores prácticas organizacionales, como lo expresa Carlos Loaiza presidente del Instituto de Gobernanza Corporativa “es necesario que las empresas ecuatorianas sean confiables, pero, sobre todo, éticas, transparentes y sostenibles” (Ekos, 2021).

## 2. Metodología

La metodología empleada fue una sistematización teórica a través de la consulta a fuentes bibliográficas como libros, periódicos, documentos de instituciones, sitios web confiables; con el empleo del análisis y la síntesis, la inducción y la deducción, para el procesamiento de la información.

Los resultados se enmarcan en la valoración de: los principios corporativos comprando dos empresas de manufactura y dos empresas industriales de plástico con ello lograr un nuevo modelo de productividad y un cambio en la idiosincrasia de los emprendedores; empresarios;

gerentes en cuanto a la importancia de la una nueva gestión de capitales por lo que estos actores deben involucrarse y socializar internamente los alcances de las mismas. El debate debe generarse a partir de analizar en qué medida los posibles cambios involucran a los ecuatorianos en estos acontecimientos.

## 3. Resultados

Con los planteamientos expuestos de los principios de Gobierno Corporativo se analiza de manera empírica a cuatro empresas industriales: dos del sector productivo manufacturero alimenticio y dos de la industria del plástico.

### La Fabril

Es una empresa ecuatoriana constituida en 1935, que inicia sus operaciones en 1968, junto a un gran equipo ha construido con esfuerzo una industria innovadora, que se ha construido con esfuerzo una industria innovadora, que se ha consolidado como un socio estratégico para el crecimiento del país, liderando la fabricación de grasas, aceites, oleoquímicos, biocombustibles y productos de aseo e higiene con presencia en mercados nacionales e internacionales.

Como parte de su filosofía de innovación y cuidado ambiental, La Fabril trabaja a través de un sistema de gestión sustentable, mediante el uso eficiente y reutilizable de sus materias primas, la incorporación de procesos y tecnologías limpias, con el fin de minimizar el impacto de sus operaciones en sus zonas de influencia. (La Fabril, 2024).

### Principios de Gobierno Corporativo de La Fabril. -

#### Código de ética

**1.** En el ejercicio del Gobierno Corporativo, el Grupo La Fabril se compromete a:

**1.1** Buscar el equilibrio del poder entre la Alta Administración (Consejos de Administración y Directorios) y la participación de los accionistas, incluso los minoristas, teniendo en cuenta la

compatibilización de los objetivos estratégicos del Grupo Corporativo con los intereses y derechos de todas las partes interesadas;

**1.2** Dirigir los negocios con transparencia e integridad, cultivando siempre la credibilidad junto a sus accionistas, inversionistas, colaboradores, proveedores, clientes, consumidores, poder público, prensa, comunidades donde actúa y sociedad en general, buscando alcanzar crecimiento y rentabilidad con responsabilidad social y ambiental;

**1.3** Diseminar los principios éticos y los compromisos de conducta expresados en este Código de Ética de forma que se estimule a todas las partes interesadas, internas y externas, a cumplirlo.

**1.4** Mantener una relación con sus competidores fundada en los principios de la honestidad y respeto, adoptando reglas explícitas y declaradas sobre sus procedimientos de competencia;

**1.5** Promover negociaciones honestas y justas, sin proporcionar ventajas indebidas por medio de manipulación, uso de información privilegiada y otros artificios de esa naturaleza;

**1.6** Registrar sus informes y balances de modo correcto, consistente, exacto y completo, sin ambigüedad de informaciones y disponer sus libros con

entera transparencia a las auditorías internas y externas y a los órganos públicos competentes;

**1.7** Producir un Balance Social y Ambiental bianual con amplia participación interna, explicitando sus acciones de promoción y desarrollo ambiental, social y cultural, así como las consecuencias e impactos ambientales, sociales y culturales de sus actividades;

**1.8** Mantener canales oficiales de comunicación en todas las áreas de la empresa, para recepción, envío y procedimiento de opiniones, sugerencias, reclamaciones, críticas y denuncias sobre transgresiones éticas, provenientes de los diversos individuos y públicos de relación con el Grupo Fabril, respetándose siempre la legislación de los países donde actúa;

**1.9** Cumplir y hacer cumplir lo dispuesto en este Código de Ética mediante herramientas de gestión y monitoreo, tanto en el ámbito corporativo como en el local, divulgándolo permanentemente, con el fin de aclarar las dudas y recibir las sugerencias, y someter este Código y sus prácticas a procesos de evaluación periódica. (La Fabril, 2017).

Logros obtenidos:

En sus Memorias de Sostenibilidad 2021-2022 han logrado en cifras en ventas \$853.262 tienen 4900 empleados; con una cartera de clientes

de 40.000 y exportan a más de 20 países; su área de plantación está conformada de 6 mil Has. de producción y 5.400 Has. de conservación. (La Fabril, 2024, págs. 1-36).

### Nirsa

Por más de 65 años, hemos sido una empresa comprometida en brindar la mejor nutrición para nuestros consumidores entregando la más alta calidad en todos nuestros productos. El mañana es nuestro foco: queremos promover bienestar en las personas, y eso incluye a los clientes que buscan desarrollar productos de calidad junto con nosotros, las empresas que confían en lo que hacemos, los colaboradores que impulsan nuestro día a día, los consumidores que nos eligen y quienes coexisten en el entorno de donde nace nuestra materia prima. (NIRSA, s. f.).

### Principios de Gobierno Corporativo de Nirsa. –

Está estructurado en siete puntos fundamentales:

1. Política de Responsabilidad Social Empresarial.
2. Remediación Trabajo Infantil.
3. Política Antidiscriminación.
4. Política de Inclusión y Diversidad.
5. Procedimiento Prevención Trabajo Forzoso.
6. Política Prohibición del Trabajo Infantil.

### 7. Política de Libre Contratación. (NIRSA, s. f.).

#### Logros obtenidos: Calidad e inocuidad:

1. International Featured Standards (IFS).
2. Certificación HACCP (emitida por la Subsecretaría de Calidad e Inocuidad del Viceministro de Acuicultura y Pesca).
3. Certificate Registration (emitida por FDA).
4. Buenas Prácticas de Manufacturas (BPM-ARCSA).
5. Estándar Global de Seguridad Alimentaria (BRCS).

#### Sostenibilidad:

1. Aquaculture Stewardship Council (ASC).
2. Dolphin Safe.
3. Marine Stewardship Council (MSC-TUNACONS).
4. Marine Stewardship Council CoC (MSC).

#### Seguridad y Control:

1. Business Alliance for Secure Commerce (BASC).

#### Calidad, Inocuidad, Responsabilidad Social:

1. MarinTrust Global Standard for Responsible Supply.
2. Best Aquaculture Practices (BAP). (NIRSA, s. f.).

### Agricominsa

Quiénes somos

Somos una empresa que cuenta con un equipo de profesionales y colaboradores dedicados a la fabricación de productos plásticos y comprometidos con solucionar las necesidades de nuestros clientes.

#### Misión

"AGRICOMINSA, es una innovadora empresa ecuatoriana dedicada al desarrollo y a la fabricación de empaques rígidos, minimizando la utilización de recursos, generando ventajas competitivas para nuestra amplia base de Clientes en Ecuador y la región, cuidando de nuestros colaboradores, socios y comunidad".

#### Visión

"AGRICOMINSA para el año 2025 será reconocida entre el TOP 5 (por volumen de kilos), de fabricantes de empaques plásticos en el Ecuador y uno de los más importantes de la región. Nos habremos internacionalizado a más de 10 países de la costa del Pacífico, incluido Estados Unidos.

Contaremos con una de las plantas tecnológicamente más avanzadas de la región y con un personal 100% profesionalizado, capacitado, especializado y comprometido con la calidad y el servicio.

### Nuestras certificaciones

BRCS Packaging Materials; BPM Buenas Prácticas de Manufactura; SMETA Versión 6.1 Sedex Member (AGRICOMINSA, s. f.) Principios de Gobierno Corporativo de AGRICOMINSA Un análisis efectuado por la Bolsa de Valores Guayaquil GLOBALRATINGS Calificación de riesgos S.A.

#### Fundamentos de calificación

El sector manufacturero históricamente constituye el principal componente de la economía nacional y afrontó un desarrollo importante durante los últimos años, impulsado por la recuperación de la demanda interna y la mejora en el acceso a los bienes de capital y materias primas. Este escenario se ha visto afectado por la crisis sanitaria mundial ocasionada por el COVID-19 que ha provocado limitantes para la movilidad, el consumo y el comercio de mercancías.

Varios negocios a escala mundial se han visto afectados, así como gran parte de los sectores de la economía del país. En el caso puntual del sector en el que se desarrolla AGRICOMINSA AGRÍCOLA COMERCIAL INDUSTRIAL S. A., al ser un proveedor de envases de plásticos para la industria de alimentos e insumos médicos, su demanda se ha visto estable por las medidas de confinamiento implementadas por el Gobierno Central, lo que provocó un mayor abastecimiento de estos productos en los hogares.

A pesar de este factor, la situación a futuro todavía es incierta dado que aún no se vislumbra un final y que las consecuencias económicas son difíciles de proyectar.

AGRICOMINSA AGRÍCOLA INDUSTRIAL S. A. es de las principales compañías de su sector alcanzando relevancia a nivel regional en la exportación y ventas de preformas PET donde se ubica entre las principales compañías de América Latina. El emisor no cuenta con prácticas de Buen Gobierno Corporativo implementadas formalmente.

No obstante, los órganos administrativos mantienen reuniones periódicos para garantizar el cumplimiento de los objetivos y la gestión adecuada de los recursos de la compañía. La compañía cuenta con más de 40 años de experiencia en el mercado de plásticos, que se adapta a las necesidades de sus clientes, brindando asesoría, servicio y productos de calidad. La planta de producción permite alcanzar un volumen de aproximadamente 25 mil botellas por hora y elabora alrededor de 57 millones de tapas anuales.

Principalmente, la compañía se enfoca en el desarrollo y fabricación de envases, tapas, asas, moldes y matrices; exportando sus productos a 7 países de la región. A septiembre del año 2020, las ventas se mantuvieron constantes frente a septiembre del año

anterior, a pesar de la pandemia, y no se proyectan caídas en las ventas para años posteriores. Asimismo, la compañía se encuentra bien capitalizada y la tendencia del apalancamiento proyecta ser decreciente por los aportes de capital a futuro y la política de reinversión de utilidades.

Las garantías que respaldan la emisión se han cumplido cabalmente, incluyendo la garantía específica consistente en contratos de prenda que en todo momento alcancen al menos el 125% del saldo de las obligaciones en circulación; así como el límite de endeudamiento donde se establece que el Emisor se compromete a mantener un nivel de endeudamiento referente a los pasivos afectos al pago de intereses hasta el 80% de los activos totales de la compañía.

Además, la compañía ha cumplido con las obligaciones puntualmente sin presentar retrasos en los pagos de las obligaciones financieras y no financieras. (GLOBALRATINGS, 2020, p. 1)

### Rival

Nacimos en 1976 en Cuenca, Ecuador, fabricamos y comercializamos tubos y conexiones de PVC, PVC-O, POLIETILENO, POLIPROPILENO y PRFV. Direccionamos nuestros esfuerzos al mercado regional, atendiendo las necesidades del sector industrial, minero, energético, sanitario, entre

otros; con productos de alta calidad, elaborados en nuestras plantas de Cuenca, Guayaquil y Lima. Estamos orgullosos de ser parte del sector productivo, generadores de bienestar para nuestra gente e impulsores del desarrollo económico de la región.

### 360o , La Filosofía rival de trabajo

En Rival sabemos que la perfección se consigue cuidando los detalles, por eso nuestra visión abarca meticulosamente cada ángulo del mercado. Esta constante evolución nos hace los mejores desde cualquier punto de vista.

Además de un símbolo de calidad total, 360o representa el compromiso permanente que tenemos con nuestros clientes y el país, atender las necesidades del mercado con Productos de primer nivel, innovando constantemente y generando empleo para los ecuatorianos.

(RIVAL, s. f.)

Principios de Gobierno Corporativo de RIVAL Un análisis efectuado por la Bolsa de Valores Guayaquil GLOBALRATINGS Calificación de riesgos S.A.

### Fundamentos de calificación

El sector manufacturero es el principal sector de la economía, con mayores aportaciones al PIB total del Ecuador. Ha existido mucho incentivo gubernamental

para el desarrollo de este sector y del mercado al que se dirige. Durante 2021 el plan de vacunación avanzó a un ritmo acelerado y ha incentivado el proceso de reactivación económica, con menores trabas a la circulación y una menor limitación en los aforos. Se espera un mayor dinamismo del sector para periodos futuros, atado también a la recuperación de la actividad en otras industrias y actividades económicas, como la agricultura y la construcción. PLÁSTICOS RIVAL CÍA. LTDA. está posicionada como una de las compañías líderes en el sector, con una cuota de mercado importante.

Esta participación varía de acuerdo con el tipo de producto, alcanzando el liderazgo en ciertas categorías en las que es pionero en fabricación a nivel nacional y regional. La compañía ha firmado convenios internacionales de patentes, ha alcanzado importancia a nivel regional gracias a la innovación en fabricación de productos y ha establecido alianzas estratégicas para la explotación de recursos tecnológicos que le han permitido alcanzar los más altos estándares de calidad en los productos.

PLÁSTICOS RIVAL CÍA. LTDA. es una compañía familiar, que cuenta con una estructura bien definida, lineamientos de Gobierno Corporativo establecido, Directorio e incluso un plan formal de sucesión, lo que evidencia una

administración transparente y objetiva, que le ha permitido posicionarse como líder y asegurar la sostenibilidad y buen manejo de las operaciones.

La compañía presentó una cobertura de EBITDA sobre gastos financieros con valores superiores a la unidad y mantiene cobertura adecuada sobre la deuda con costo de corto plazo. Los años de pago de la deuda con EBITDA y con flujo libre de efectivo reflejan una solvencia adecuada.

La compañía mantuvo un nivel de apalancamiento controlado, con una participación decreciente del pasivo dentro de la estructura de financiamiento. El nivel de rendimiento sobre patrimonio y activos se compara de manera favorable frente a inversiones alternativas de menor riesgo.

El Flujo de Efectivo fue positivo entre 2017 y 2020, pero este comportamiento revirtió para noviembre de 2021 producto del incremento en los niveles de inventario y de cuentas por cobrar a clientes, derivado de la recuperación en las ventas. Consecuentemente, el flujo de financiamiento se proyecta positivo al cierre del año.

Cabe resaltar que este comportamiento se revertirá para periodos posteriores, con una generación de flujo libre de efectivo positiva a partir de 2022, lo que permitirá destinar recursos a la inversión

permanente en la capacidad productiva, así como a la cancelación progresiva de la deuda.

La emisión bajo análisis se encuentra debidamente instrumentada y estructurada, cuenta con resguardos de ley y está amparada por garantía general. La compañía ha cumplido puntualmente con los pagos y los resguardos de la Emisión se han cumplido cabalmente.

Las proyecciones de Estados Financieros reflejan que la compañía estará en capacidad de hacer frente a los vencimientos de la presente Emisión de Obligaciones y demás compromisos adquiridos mediante la generación de flujo de efectivo operativo. (GLOBALRATINGS, 2022, p. 1)

#### 4. Conclusiones

Al iniciar la presente investigación se planteó como objetivo, analizar de manera empírica a cuatro empresas industriales dos de índole productivo industrial manufacturero y dos de índole productivo industrial de plástico, se fundamentó teóricamente los parámetros que utilizan estas empresas para reflejar la aplicación de los principios para considerarlos Gobiernos Corporativos, por esa razón la metodología utilizada se enfoca inicialmente a la observación; análisis de contenidos; método deductivo-inductivo.

La hipótesis planteada en la investigación fue respaldada.

Los hallazgos demuestran que al incorporar en su cultura o filosofía empresarial estas empresas han llegado a fortalecer sus actividades productivas, debido a que están enfocadas a la realización de estrategias empresariales que le den valor agregado, ventajas competitivas, apalancamiento bursátil.

Con los resultados de esta investigación se puede ofrecer algunas ideas para aplicar los principios de Gobiernos Corporativos.

Con los resultados de esta investigación, además de cubrir lagunas en la literatura, se busca que emprendedores, empresarios y gerentes reconozcan la importancia y tendencia de incursionar en los principios de Gobiernos Corporativos.

Entre las limitaciones observadas, debe recordarse que esta investigación está limitada a estudiar cuatro empresas productivas industriales; dos de índole manufacturera alimenticia y dos de índole industrial de plástico, por esa razón debe la generalización de los resultados tomarse con cautela.

Nuevas investigaciones pueden encaminar una visión más específica a otras empresas que miren entre su aplicación los principios de Gobiernos Corporativos.



## 5. Referencias

- Aicad Business School. 2023. La Empresa Industrial. 30 de Septiembre. Último acceso: 23 de Junio de 2024. <https://www.aicad.es/la-empresa-industrial>.
- Bittán, Moisés. 2010. «Ecuador: industria, ecología e integración.» *americaeconomia.com*. 27 de Agosto. Último acceso: 22 de Junio de 2024. <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/ecuador-industria-ecologia-e-integracion>.
- Aicad Business School. 2023. La Empresa Industrial. 30 de Septiembre. Último acceso: 23 de Junio de 2024. <https://www.aicad.es/la-empresa-industrial>.
- CEUPE. s. f. ¿Qué es una Empresa industrial? Definición, características y tipos. Último acceso: 23 de Junio de 2024. <https://www.ceupe.com/blog/empresa-industrial.html>.
- CIP-ESPOL-CIEC. 2018. «Ranking de Compañías Sector Manufacturero Ecuatoriano.» *cip.org.ec*. Último acceso: 23 de Junio de 2024. <https://www.cip.org.ec/wp-content/uploads/2018/09/Ranking-de-Companias-Sector-Manufacturero-Ecuatoriano-esp%C3%B1ol.pdf>.
- Cobos-Salvador, Ariel, y Mary Armijos-Yambay. 2020. «Eficiencia de las empresas manufactureras de Ecuador del 2007 al 2018 dos enfoques de análisis intraindustrial.» *portal.amelica.org*. 24 de Abril. Último acceso: 23 de Junio de 2024. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/392/3921938004/html/>.
- Ekos. 2021. Normas ecuatorianas para el Buen Gobierno Corporativo se recogen en un texto impreso y digital. 8 de Abril. Último acceso: 2 de Julio de 2024. <https://ekosnegocios.com/articulo/normas-ecuatorianas-para-el-buen-gobierno-corporativo-se-recogen-en-un-texto-impreso-y-digital>.
- Horna, Luis, Marcela Guachamán, y Natalia Osorio. 2009. «Análisis de mercado del sector industrias manufactureras en base a CIU 3 bajo un enfoque de concentración económica en el período 2000-2008 en el Ecuador.» *Revista Politécnica* 243.
- La Fabril. 2024. Quienes somos. Último acceso: 2 de Julio de 2024. <https://www.lafabril.com.ec/quienes-somos/>.
- Macas-Acosta, Guido, Alberto Paredes-Ochoa, y Arnaldo Vergara-Romero. 2023. Economía organizacional: Micro, pequeñas y medianas empresas en Guayaquil-Ecuador. Samborondón: Universidad Ecotec.
- Montachana-Amanta, Lizeth Estefania. 2023. «El endeudamiento como factor de crecimiento de las empresas insustanciales del sector manufacturero de la Provincia de Chimborazo, período 2021.» *dspace.unach.edu.ec*. Último acceso: 23 de Junio de 2024. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/11053/1/Montachana%20Amanta%2C%20L.%20%282023%29%20El%20endeudamiento%20como%20factor%20de%20crecimiento%20de%20las%20empresas%20industriales%20del%20sector%20manufacturero%20de%20la%20Provincia%20de%20Chimborazo>.
- Paredes-Ochoa Alberto Jacinto, Martillo-Pazmiño Ítalo Omar, y Ordoñez-Guartzaca Marjorie. 2023. «Las pymes en Guayaquil y su visualización de apalancamiento bursátil.» *SAPientia*
- TECHNOLOGICAL. Julio-Diciembre. Último acceso: 2 de Julio de 2024. <https://sapientiatechnological.aitec.edu.ec/index.php/rst/article/download/50/98?inline=1>. Pérez Bustamante & Ponce. (29 de Septiembre de 2020). Normas ecuatorianas para el buen gobierno corporativo. Recuperado de <https://www.pbplaw.com/es/normas-ecuatorianas-para-el-buen-gobierno-corporativo/>
- Pérez, F. (s. f.). Influencia del gobierno corporativo en las empresas del Ecuador, y su aporte a la competitividad. Recuperado de <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/384/307#info> Sánchez, Ana María, Tatiana Vayas, Fernando Mayorga, y Carolina Freire. 2023. «EL DESARROLLO EMPRESARIAL Y SECTORIAL EN EL ECUADOR.» *obest.uta.edu.ec*. Último acceso: 23 de Junio de 2024. <https://obest.uta.edu.ec/wp-content/uploads/2023/01/Desarrollo-empresarial-y-sectorial-en-Ecuador.pdf>.
- sdindustrial.com.mx. s. f. ¿Qué son las empresas industriales y cómo funcionan? Último acceso: 23 de Junio de 2024. <https://sdindustrial.com.mx/blog/empresas-industriales-que-son/>.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros; . (s. f.). Historia del mercado de valores ecuatorianos. Disponible en <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/Institucion/Mercado-de-Valores.php?seccion=Historia-del-Mercado-de-Valores-Ecuatoriano>
- Villalobos, Fabio. 1987. La Industrialización ecuatoriana y la utilización de los recursos productivos
- 1976-1983. Quito: FLACSO-CIPAD.

## ESTUDIO DE CASO: ANALISIS IMPOSITIVO DEL IMPUESTO A LA RENTA UNICO EN UNA EMPRESA EXPORTADORA

### CASE STUDY: TAX ANALISYS OF THE SINGLE INCOME TAX IN A EXPORTING COMPANY

*Galo Mauricio Durán Salazar,Omar Daniel Apolinario Zatizabal,Ángel Orlando Bravo Bravo, Erika Sonia Quiñonez Alvarado*

*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo realizar un análisis a una empresa denominada “Estudio de Caso”, sobre el Impuesto a la Renta Único (IRU), este se aplica para compañías que se dedican a la venta local o exportación de banano. El periodo analizado fue 2017-2022. El Impuesto a la Renta Único se creó en el año 2014 y se calcula en base a las ventas, lo cual afecta negativamente a las empresas, ya que reduce el margen de ganancia de las entidades o se genera un aumento de precios de bien. La metodología aplicada fue el Estudio de Casos, estructura que ayuda a entender un fenómeno particular. El enfoque fue cuantitativo, de tipo documental ya que se revisó los estados financieros de la empresa para el periodo indicado y se comparó lo pagado por Impuesto Único, frente a lo que hubiera cancelado la empresa bajo Régimen General. En la revisión teórica se detectaron 2 teorías relacionadas con los cambios impositivos cuando se crean nuevas leyes: Incidencia tributaria y Eficiencia tributaria; la primera teoría tiene que ver con las decisiones que toma la empresa y la segunda con el impacto financiero para el Estado en sus finanzas. Los resultados arrojaron un aumento de impuestos cada año y como tal, una disminución de la rentabilidad de la empresa, incluso teniendo pérdidas en tres ejercicios financieros, se generó pago de impuestos. A nivel del Estado, este logró su objetivo “recaudar más dinero”, aplicando impuesto a contribuyentes cuando su nivel de ventas es alto

**Palabras clave:** impuesto a la renta único, rentabilidad, impuesto régimen general, impuestos directos

#### Abstract

The objective of this work is to carry out an analysis of a company called “Case Study”, on the Single Income Tax (IRU), this is applied to companies that are dedicated to the local sale or export of bananas. The period analyzed was 2017-2022. The Single Income Tax was created in 2014 and is calculated based on sales, which negatively affects companies, since it reduces the profit margin of the entities or generates an increase in the prices of goods. The methodology applied was the Case Study, a structure that helps understand a particular phenomenon. The approach was quantitative, of a documentary type since the financial statements of the company for the indicated period were reviewed and what was paid by the Single Tax was compared to what the company would have paid under the General Regime. In the theoretical review, 2 theories related to tax changes when new laws are created were detected: Tax incidence and Tax efficiency; The first theory has to do with the decisions made by the company and the second with the financial impact for the State on its finances. The results showed an increase in taxes each year and as such, a decrease in the profitability of the company, even having losses in three financial years, tax payments were generated. At the State level, it achieved its objective of “raising more money” by applying tax to taxpayers when their sales level is high.

**Keywords:** single income tax, cost effectiveness, general regime tax, direct taxes

## 1. Introducción

La presente investigación realiza un análisis del impacto del Impuesto a la Renta Único IRU, a una empresa exportadora de banano para los períodos 2017-2021, para ello, se denomina “Estudio de Caso” a la entidad objeto de estudio.

La importancia del tema radica, en el hecho de conocer como este impuesto afecta a la empresa, ya que se calcula a partir de los ingresos del contribuyente y no del resultado contable del negocio; es por ello, que se justifica analizar para esta entidad, cual fue el impacto de su rentabilidad; considerando que la creación del impuesto fue con fines tributarios, es decir, que el Estado recaude más dinero bajo el principio de “Progresividad tributaria”, el cual consiste en “a mayor ingreso, el contribuyente tiene mayor capacidad de contribuir con el Estado” (Valencia, 2021).

Para conocimiento general, según el Ministerio de Comercio Exterior (2017), se conoce que el banano, es una de las frutas más consumidas en muchos países, en vista de su alto valor nutricional en vitaminas, minerales, fibras, además de ser un poderoso antioxidante; por lo anterior, es un producto beneficioso para la salud, ya que ayuda a combatir la desnutrición y se recomienda su consumo especialmente en niños.

El Ecuador desde hace más de 25 años, es el país líder en la exportación de esta fruta a nivel mundial (Ekos, 2020), generando divisas para la economía, además de crear fuentes de trabajo, tanto de manera directa como indirecta.

Los principales competidores para el Ecuador son Filipinas, Guatemala, Costa Rica, Colombia entre otros. Sus destinos más importantes son la Unión Europea y Rusia.

En base a información financiera revisada en el Banco Central (2022), para los períodos 2018-2021, en promedio dentro del total exportado por el país, el banano representó más del 24% del total, excepto en el año 2021 que bajó al 19%, lo cual se generó por el aumento de producción y exportación de camarón en el país. Los porcentajes indicados se traducen en más de 3.000 millones de dólares anuales para las empresas, reconocidos como ingresos en sus Estados de Resultados.

De acuerdo a Alvarado, Ochoa & Manyá (2023) previo al IRU, las empresas bananeras, para el cálculo del impuesto a la renta IR, aplicaban Régimen General RG, el cual consistía en usar la tarifa del 22% o 25% para el pago del IR, esto hasta el año 2014, ya que la reforma tributaria de finales de ese año, creó el nuevo régimen impositivo para las empresas bananeras denominado Impuesto a la Renta Único IRU, a través de la Ley

Orgánica de Incentivos a la Producción y Prevención del Fraude Fiscal en diciembre del 2014, legislación que modificaba el artículo 27 de manera integral de la Ley de Régimen Tributaria Interna.

El impuesto inicialmente aplicaba una tarifa de hasta el 2% sobre las ventas brutas, pudiendo ser reducida al 1% tanto para productores como exportadores de banano, pero desde esa fecha se ha realizado algunos cambios para este sector.

De acuerdo a García & Góngora (2022) en su trabajo de tesis “Análisis del Impuesto a la Renta Único Agropecuario y su Impacto en la Provincia Bolívar, período 2019-2020”, concluyó que la aplicación de este impuesto permitió a nivel de provincia un aumento significativo en la recaudación del 31% y también en el número de contribuyentes que se acogieron al IRU del 6%, por lo tanto, como política tributaria fue positivo el

impacto para el Estado desde el punto de vista financiero.

También agregaron que muchos contribuyentes agropecuarios aplicaron el IRU, en vista de la facilidad que implica la declaración del impuesto a la renta para este caso, respecto al Régimen General, en el cual se necesitan soportar las transacciones con comprobantes de venta válidos y muchas veces es complejo en temas agrícolas tener los respaldos de las transacciones de costos y gastos.

En contraste con lo anterior, según Neira (2020) en la tesis titulada “Creación del Impuesto a la Renta Único Agropecuario” presentó un análisis que comparó un caso para una Persona Natural No Obligated a llevar Contabilidad PNNLLC; la diferencia entre el IRU y Régimen General RG, bajo un nivel de ventas de 200.000, generó una disminución significativa de impuesto para el contribuyente de US 31.718, lo cual se puede observar en la tabla 1.

**Tabla 8: Comparativo IRU – RG para PNNLLC**

| ESTADO DE RESULTADOS         | IRU                | RG               |
|------------------------------|--------------------|------------------|
| INGRESOS                     | 200,000.00         | 200,000.00       |
| COSTOS Y GASTOS              | - 40,380.00        | - 40,380.00      |
| UTILIDAD CONTABLE            | 159,620.00         | 159,620.00       |
| GASTOS PERSONALES            |                    | - 14,577.38      |
| BASE IMPONIBLE               | 200,000.00         | 145,042.62       |
| <b>IMPUESTO CAUSADO</b>      | <b>1,250.43</b>    | <b>32,968.61</b> |
|                              | USD                | %                |
| <b>REDUCCION DE IMPUESTO</b> | <b>- 31,718.18</b> | <b>96%</b>       |

**Nota:** Se muestra un comparativo entre regímenes tributarios

Lo anterior, para este caso, favoreció al contribuyente persona natural, considerando que no tiene muchas deducciones en comprobantes de venta válidos; el ahorro de Impuesto fue del 96%.

La presente investigación al ser un Estudio de Caso, tiene como objetivo "Analizar el impacto del IRU en la rentabilidad, en una empresa para los periodos 2017 al 2022".

En base a lo anterior, se generó una pregunta de investigación ¿El IRU redujo el margen de ganancia de la empresa Estudio de caso, al ser un impuesto que se aplica sobre las ventas?

### Revisión Teórica Estudio de casos

El método del Estudio de Caso, no es un método teórico, es empírico, pero para muchos autores es considerado útil, cuando se trata de un caso particular, el cual puede ser analizado en base a su realidad y de esta manera ser explicado, sin que pueda generalizarse a otros casos; es de mucha utilidad en las ciencias sociales, en áreas administrativas.

De acuerdo a YIN (1994) indicó que la metodología de Estudio de Casos es: una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente

cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes. (...) Una investigación de Estudio de Caso trata exitosamente con una situación técnicamente distintiva en la cual hay muchas más variables de interés que datos observacionales; y como resultado, se basa en múltiples fuentes de evidencia, con datos que deben converger en un estilo de triangulación; y, también como resultado, se beneficia del desarrollo previo de proposiciones teóricas que guían la recolección y el análisis de datos. (p.2) El autor también mencionó que este tipo de investigaciones es aplicado en varias situaciones como:

- Planes de acción e investigación en instructores del Estado
- Análisis en entidades, especialmente en áreas administrativas.
- Proyecto de tesis en las ciencias sociales, especialmente en materias relacionadas a la administración de empresas.

De acuerdo a Yacuzzi (2005) los estudios de casos, se basan en análisis cuantitativos con verificación empíricas, lo cual, no puede aplicarse o generalizar sus resultados hacia la población, lo que puede realizarse es un contraste con otros casos similares.

Según Jiménez (2012) los estudios de casos, a pesar de no estar argumentados científicamente, aportan significativamente informaciones sobre los casos revisados y permiten ser comparados con otros casos dada la exactitud de la información analizada.

Conforme a Peña (2009) los estudios de casos, ayudan a generar investigación en diversos campos de las ciencias sociales ya que su comprensión es de tipo Holística, es decir, integral, por ello, su contribución ayuda a conocer de manera completa el fenómeno que se ha analizado.

### Teorías sobre impuestos a las ventas

En cuanto a las teorías relacionadas con el impuesto a las ventas, se puede mencionar dos tipos que se encontraron en la literatura. De manera general se puede indicar que estos impuestos se pueden analizar desde dos situaciones, la primera a nivel de empresa, la cual generalmente ante un nuevo impuesto o aumento de la tasa porcentual, la entidad tendrá que considerar cual será el impacto en el precio del bien o servicios; por otro lado, el Estado como sujeto activo, es decir, recauda los impuestos, tiene implícito como aplicarla dentro de la sociedad y como tratar de redistribuir el ingreso nacional para reducir brecha de pobreza o desigualdad.

### Teoría de la Incidencia tributaria

Se acuerdo a Cnossen (2002), responde al hecho que este tipo de impuestos, analiza quien realmente asume el costo del impuesto, en este caso, si es la empresa, pues debe reducir su margen de ganancia a través de no aumentar precios, de esta forma la incidencia es directa; por otro lado, si se aumenta el precio del bien o servicio, el impacto lo recibe el consumidor final; en ese caso se presenta una incidencia indirecta. Sobre el tema de investigación, el IRU en el mercado del banano, el precio se fija en los mercados internacionales, por lo tanto, de existir un impuesto sobre las ventas, entonces dicho valor afecta el margen de ganancia de la compañía.

El autor Yáñez (2020) comentó que la incidencia económica de impuestos o "traslación", su impacto depende de quién puede asumir la carga tributaria, en este caso el comprador o el vendedor, en base a quien tiene el poder en el mercado, es por ello, que ante aumentos de impuestos, hay casos donde el precio del bien no aumenta y en otros casos ocurre lo contrario; al final puede darse una reducción o no del margen bruto de la empresa. Zapata (2015) indicó que la incidencia tributaria busca distribuir el ingreso y de esta forma mejorar el bienestar económico a los ciudadanos, a través de la política tributaria en los países.



Conforme lo revisado, la incidencia tributaria, tiene que ver, con, como los impuestos afectan a las compañías y teniendo estas que tomar decisiones sobre los precios de sus bienes o servicios; los cuales en algunos casos podrían ser "transferidos" a los consumidores y en otros casos no.

### Teoría de la Eficiencia de los impuestos:

conforme Gregor, Weinzierl & Yagan (2011) se refiere a la redistribución de los recursos financieros en la economía a través de la recaudación tributaria, esto implica que el Estado genera mayores ingresos a través del cobro de impuestos, en aquellos contribuyentes que obtienen más ingresos y de esta forma redistribuirlos en la sociedad, para ello, no debe afectar principios impositivos como:

- **Principio del beneficio:**  
se aplican en base a la capacidad de generación de ingresos del contribuyente.
- **Principios de estabilidad:**  
los impuestos deben asegurar el suficiente flujo de efectivo para el Estado y esta forma, se facilita el manejo de la economía.
- **Principios de Simplicidad:** los impuestos deben ser fáciles de aplicar, caso contrario, puede generar evasión por parte de los contribuyentes.

Amarante y Jimenez (2015) mencionaron que los Estados intervienen en la distribución de los ingresos, de manera positivo o negativa, en función de su ideología política y de esta manera afectar a los hogares en términos de desigualdad; en general se busca una eficiencia económica a través del uso de la política tributaria en los países.

Por lo anterior, se justifica teóricamente el análisis a realizar en la empresa, sobre el impacto del IRU; en este caso, determinar para quien fue beneficioso este impuesto, considerando que los estudios de casos, sus resultados no pueden generalizarse para el resto de empresas, pero lo analizado, debe estar sustentado, en los enfoques teóricos revisados.

### 2. Metodología

La metodología aplicada fue Estudio de Caso y el enfoque de investigación fue de tipo cuantitativo, para ello, a través de una revisión documental de la información financiera de la empresa, se analizó el impacto del impuesto en la compañía Estudio de Caso, lo cual fue relacionado con lo que indican las teorías consideradas en esta investigación, reforzando así, que los resultados en la empresa cumplen las bases teóricas sobre lo que puede hacer una compañía ante un cambio en la normativa tributaria.

Siendo la investigación cuantitativa, se tomó el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados Integrales de la entidad, para los periodos 2017 al 2022, con ellos conociendo la utilidad o pérdida de cada ejercicio, se comparó lo pagado bajo el régimen IRU establecido por Ley, frente a lo que hubiera pagado la empresa si fuera régimen general, con el objetivo de conocer para quien fue positivo y negativo dicha modificación impositiva. Como se indicó anteriormente el régimen IRU, no permite descontar costos y gastos, lo cual es negativo para la empresa, por lo que también se muestra un análisis respecto a la rentabilidad de la empresa. Finalmente se contrastó los resultados obtenidos con otras investigaciones

similares, a fin de conocer similitudes en los trabajos.

### 3. Resultados

En la tabla 2, se detallan los Estados Financieros de la empresa, necesarios para los análisis realizados, en este caso el Estado de Situación financiera y el Estado de Resultados Integral.

Un dato importante que se debe mencionar es sobre la Utilidad del Ejercicio, ya que en 2 periodos fue cero (años 2018 y 2020) y el año 2019 porcentualmente hablando fue del 0% también; en el resto de casos no superó el 0.60%, lo cual indica un porcentaje relativamente bajo.

Tabla 9 Empresa "Estudios de Casos" Estados Financieros, periodos 2017 al 2022

| ESTADO DE SITUACION FINANCIERA | 2017             | 2018             | 2019             | 2020           | 2021             | 2022             |
|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|
| <b>Corrientes</b>              |                  |                  |                  |                |                  |                  |
| Efectivo y equivalentes        | 52,186           | 8,930            | 186,663          | 434,000        | 286,917          | 2,905,972        |
| Cuentas por cobrar             | 1,517,013        | 2,335,275        | 843,465          | 0              | 1,799,832        | 2,886,456        |
| Impuestos corrientes           | 73,159           | 0                | 185,366          | 0              | 499,934          | 513,494          |
| Inventarios                    | 29,071           | 0                | 117,031          | 0              | 436,758          | 859,105          |
| Gastos Prepagados              | 886,633          | 1,435,330        | 0                | 0              | 21,020           | 34,102           |
| <b>Total Corriente</b>         | <b>2,558,063</b> | <b>3,779,535</b> | <b>1,332,524</b> | <b>434,000</b> | <b>3,044,461</b> | <b>7,199,128</b> |
| <b>No corrientes</b>           |                  |                  |                  |                |                  |                  |
| Propiedad, planta y equipo     | 1,261            | 0                | 2,663,930        | 0              | 650,405          | 506,990          |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>           | <b>2,559,324</b> | <b>3,779,535</b> | <b>3,996,454</b> | <b>434,000</b> | <b>3,694,865</b> | <b>7,706,118</b> |



|                                  |                  |                  |                  |                |                  |                  |
|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|
| <b>PASIVOS</b>                   | <b>2,549,050</b> | <b>3,771,641</b> | <b>3,990,787</b> | <b>434,000</b> | <b>3,109,728</b> | <b>7,096,564</b> |
| Pasivos Corrientes               | 2,549,050        | 3,771,641        | 1,427,271        | 434,000        | 2,344,002        | 6,339,893        |
| Pasivos No Corrientes            | 0                | 0                | 2,563,516        | 0              | 765,726          | 756,671          |
| <b>PATRIMONIO</b>                | <b>10,274</b>    | <b>7,894</b>     | <b>5,667</b>     | <b>0*</b>      | <b>585,137</b>   | <b>609,554</b>   |
| Capital                          | 2,000            | 2,000            | 2,000            | 0              | 552,000          | 552,000          |
| Reservas                         | 5,894            | 5,894            | 2,894            |                | 5,841            | 8,283            |
| Ganancias acumuladas             | 0                | 0                | 70,512           |                | 82,882           | 97,808           |
| Pérdidas acumuladas              | -2,464           | 0                | -70,512          |                | -70,512          | -70,512          |
| Resultado del ejercicio          | 4,843            | 0                | 773              |                | 14,926           | 21,975           |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b> | <b>2,559,324</b> | <b>3,779,535</b> | <b>3,996,454</b> | <b>434,000</b> | <b>3,694,865</b> | <b>7,706,118</b> |

|                                      |              |              |              |              |               |               |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| <b>ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL</b> | <b>2017</b>  | <b>2018</b>  | <b>2019</b>  | <b>2020</b>  | <b>2021</b>   | <b>2022</b>   |
|                                      | 0            | 0            | 0            | 0            | 0             | 0             |
| Ventas                               | 3,518,456    | 14,788,730   | 16,356,922   | 1,267,960    | 19,834,451    | 4,106,434     |
| Costo de ventas                      | 3,281,917    | 14,788,730   | 15,186,396   | 0            | 19,008,698    | 26,303,162    |
| Margen Bruto                         | 234,539      | 0            | 1,170,526    | 1,267,960    | 825,753       | -22,196,728   |
| Gastos                               | 250,457      | 0            | 896,555      | 1,267,960    | 593,338       | 775,449       |
| Otros Ingresos                       | 20,762       | 0            | 3,761        | 0            | 283           | 23,348,396    |
| Utilidad Contable                    | 4,843        | 0            | 277,732      | 0            | 232,698       | 376,219       |
| 15% trabajadores                     | 727          | 0            | 41,660       | 0            | 34,905        | 56,433        |
| IRC                                  |              |              |              |              | 681           |               |
| IRU                                  | 41,069       | 110,008      | 235,299      | 298,271      | 182,187       | 298,271       |
| <b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>        | <b>4,843</b> | <b>0</b>     | <b>773</b>   | <b>0</b>     | <b>14,926</b> | <b>21,975</b> |
| <b>% Utilidad / Ventas</b>           | <b>0.14%</b> | <b>0.00%</b> | <b>0.00%</b> | <b>0.00%</b> | <b>0.08%</b>  | <b>0.54%</b>  |

**Nota:** Estados financieros adaptados a las necesidades de la investigación.

A partir de la tabla 2, se realizó una comparación entre el IRU que la empresa canceló al Estado, conforme su declaración de impuesto a la renta (formulario 101) respecto a lo que pudo haber pagado si hubiera podido aplicar RG, lo anterior, se muestra en la tabla 3.

**Tabla 10 Incremento IRU VS RG**

|                |             |             |             |             |             |             |             |
|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>TIPO</b>    | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> | <b>2022</b> | <b>ACUM</b> |
| IMPUESTO IRU   | 41,069      | 110,008     | 235,299     | 298,271     | 182,187     | 298,271     | 1,165,104   |
| IMPUESTO RG    | 1,029       | 1           | 59,018      | 1           | 49,448      | 79,947      | 189,444     |
| INCREMENTO USD | 40,039      | 110,007     | 176,281     | 298,270     | 132,738     | 218,324     | 975,660     |
| INCREMENTO %   | 3890%       | 110008%     | 299%        | 298271%     | 268%        | 273%        | 515%        |

**Nota:** Se muestra un análisis entre IRU y RG

En la tabla 3, se puede notar, como este impuesto ha generado salida de efectivo para la empresa, incluso teniendo pérdida a nivel de resultados, lo cual, es negativo y podría afectar la continuidad del negocio (hipótesis del negocio en marcha).

En cada ejercicio se pagó más impuestos y el incremento fue significativo; adicionalmente el total pagado en el periodo 2017 al 2022 por incremento de impuestos, sumó USD 975.662, cifra importante que pudo haber sido invertida en la mejora del negocio.

Para una mejor comprensión de lo indicado anteriormente, se muestra la figura 1, la cual expresa que en cada periodo se pagó más impuestos por el IRU (incremento USD) respecto a lo generaría el RG, derivando en reducción de la liquidez y rentabilidad de la empresa Estudio de Caso; incluso en los periodos 2017, 2018 y 2020 la empresa no debió pagar impuesto basado en RG, ya que los gastos fueron similares o mayores a los ingresos. Se concluye que este impuesto favoreció al fisco y no a la empresa.

**Fig. 1 Comparativo: IRU VS RG**



**Nota:** Tendencia en IRU y RG 2017-2022

Sobre el impacto en la rentabilidad de la empresa, esta se puede medir a través

de la utilidad del ejercicio en el Estado de Resultados Integral ERI. Para poder

Por lo anterior, se observa que la utilidad del ejercicio es mínima en cada periodo, incluso cercana al 0%; y, por otro lado, el IRU, fue mayor en cada al 1% en la mayoría de periodos; en el año

2020 su porcentaje fue significativo llegando al 23.52%. Se concluye que, para la empresa este gasto afectó su rendimiento de manera importante.

Figura 2 Rendimiento de la empresa



**Nota:** Se muestra la utilidad del ejercicio y el IRU

#### 4. Discusion

Conforme lo presentado teóricamente, este tipo de régimen impositivo, responde al hecho de que el Estado trata de incrementar la recaudación de impuestos, de manera directa a sus contribuyentes y como tal, segmentar a través de leyes, a quienes se dedican al negocio de producción y exportación

de banano, para que apliquen IRU y no Régimen General RG; siendo el resultado positivo para el Estado en términos de ingresos por este impuesto, obtenidos de quienes tienen altos niveles de ingresos.

Este tipo de impuestos, trata de redistribuir los ingresos del país, es decir, que el aumento de la recaudación,

pueda mejorar el nivel de vida del resto de contribuyentes de menores ingresos, esto corresponde a la política tributaria, el cual es un instrumento dentro de las finanzas públicas.

En el caso de empresas, a mayor venta de banano local o de exportación, mayor IRU; ahora el tema pendiente era determinar quién asume el impuesto; si el consumidor final o la empresa a través de la disminución de su margen de ganancia; para el caso de análisis, pues no se pudo trasladar dicho incremento a los consumidores ya que este mercado se maneja a través de un precio de sustentación impuesto por el Gobierno, de tal forma, que la rentabilidad-rendimiento de la empresa disminuyó al asumir este gasto la empresa.

Los Estudios de caso, como se ha indicado teóricamente, no

necesariamente pueden obtener los mismos resultados en otras empresas, pero ayudan a conocer lo que ha pasado con el sujeto de análisis. Como se mostró en los análisis, este impuesto si afectó negativamente a la empresa, ya que su rendimiento medido desde sus Estado de resultados, fue mínimo en todos los periodos, sin embargo, la compañía pagó impuesto en cada ejercicio.

En base a la tesis Muñoz y Orellana (2020) se revisaron cinco casos de empresas ubicadas en el cantón Naranjal-Ecuador, sobre el IRU pagado por empresas bananeras, comparado con el régimen general y se generaron las mismas conclusiones, es decir, un aumento en la cancelación de impuesto, dado que el valor el IRU es mayor, en cuatro casos, los resultados se muestran en la tabla 4. Dichos resultados afectaron la rentabilidad de las empresas.

Tabla 11 Iru vs rg en empresas ubicadas en naranjal

| COMPañIA        | IRU     | RG      | VARIACION |          | OBSERV                  |
|-----------------|---------|---------|-----------|----------|-------------------------|
|                 |         |         | ABSOLUTA  | RELATIVA |                         |
| Agroberruz S.A. | 404.943 | 131.127 | 273.816   | 68%      |                         |
| Aviochos        | 367.243 | 29.525  | 337.719   | 92%      |                         |
| Cemor S.A.      | 8.546   | 17.752  | - 9.206   | -108%    | Incluye otras rentas RG |
| Expagnica S.A.  | 14.481  | 6.851   | 7.630     | 53%      |                         |
| Exproconti S.A. | 12.827  | 2.086   | 10.742    | 84%      |                         |

**Nota:** Resumen comparativo de empresas de Naranjal, adaptado por el autor.

De la misma forma, Chiquito (2023), realizó un análisis del IRU y su impacto en el sector exportador bananero y entre sus conclusiones menciona que el impuesto es "óptimo" en términos de recaudación y a medida que aumentan las exportaciones,

aumenta el IRU, pero el tema a revisar es que este tipo de imposición no fomenta las exportaciones.

La empresa Estudio de Caso, se dedica a la venta local y exportación de banano, como tal, la reforma tributaria que rige desde el año 2015, con la creación del impuesto IRU, se calcula sobre las ventas, tuvo impactos mayores que el impuesto a la renta para Régimen General RG, el cual se pagaba en base a utilidad tributable (ingresos gravados menos gastos deducibles).

Los Estudios de Caso, conforme a la teoría revisada, son análisis de tipo empírico, que permiten conocer situaciones reales, especialmente en el campo de las ciencias sociales; para el presente trabajo se pudo conocer como una Ley de tipo impositiva, generó un aumento de gasto y reducción de utilidad de la empresa; y por otro lado el beneficio para el Estado fue alto ya que mejoro la obtención de ingresos a través de la recaudación de impuestos.

Sobre las teorías relacionadas con impuestos sobre las ventas, se mencionaron dos: La teoría de la De la misma forma, Chiquito (2023), realizó un análisis del IRU y su impacto en el sector exportador bananero y entre sus conclusiones menciona que el impuesto es "óptimo" en términos de recaudación y a medida que aumentan las exportaciones, aumenta el IRU,

pero el tema a revisar es que este tipo de imposición no fomenta las exportaciones.

La empresa Estudio de Caso, se dedica a la venta local y exportación de banano, como tal, la reforma tributaria que rige desde el año 2015, con la creación del impuesto IRU, se calcula sobre las ventas, tuvo impactos mayores que el impuesto a la renta para Régimen General RG, el cual se pagaba en base a utilidad tributable (ingresos gravados menos gastos deducibles).

Los Estudios de Caso, conforme a la teoría revisada, son análisis de tipo empírico, que permiten conocer situaciones reales, especialmente en el campo de las ciencias sociales; para el presente trabajo se pudo conocer como una Ley de tipo impositiva, generó un aumento de gasto y reducción de utilidad de la empresa; y por otro lado el beneficio para el Estado fue alto ya que mejoro la obtención de ingresos a través de la recaudación de impuestos.

Sobre las teorías relacionadas con impuestos sobre las ventas, se mencionaron dos: La teoría de la Incidencia tributaria, se cumple en cuanto a la forma, de cómo afecta una política de impuesto a la empresa, en este caso el impacto se relacionó con la reducción de los márgenes de ganancia de la empresa, incluso llevando a margen del 0% en 3 periodos fiscales,

es decir, cero rendimientos económicos, lo cual, puede afectar la continuidad del negocio, ya que se vuelve nada rentable el negocio para los dueños de la empresa.

La teoría de la Eficiencia tributaria, relacionada con el objetivo de que el Estado genere más ingresos, para luego distribuirlos en la sociedad; lo anterior también se cumple, ya que se mostró como el aumento de impuestos durante los cinco años de análisis, sumó alrededor de us 976.000. cifra importante para esta empresa.

## 5. Referencias

- Alvarado, A., Ochoa, M., & Manya, M. (2023). Tesis: Evolución del Impuesto a la Renta Único en el Sector Bananero. DSpace. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/53475/1/T-111560%20OCHOA%20GARCIA.pdf>
- Amarante, V., & Jiménez, J. P. (2015). Desigualdad, concentración y rentas altas en América Latina. (J. P. Jiménez, Ed.) Santiago de Chile.
- Banco Central. (2022). Boletín trimestral Banco Central del Ecuador Ene-Dic 2023. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202302.pdf>
- Chiquito, V. E. (2023). Tesis: Análisis del impacto de la implementación del impuesto a la rentaúnico IRU en el sector exportador bananero del Ecuador. DSpace en ESPOL. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/58348>
- Cnossen Sijbren. (2002). Tax Policy in the European Union: A Review of Issues and Options.
- FinanzArchiv FA, 58(4), 466-558.
- Ekos. (11 de Febrero de 2020). Ecuador, líder en la producción de banano. Obtenido de <https://ekosnegocios.com/articulo/ecuador-lider-en-la-produccion-de-banano>
- García, J., & Góngora, H. (2022). Tesis: Análisis del Impuesto a la Renta Único Agropecuario y su Impacto en la Provincia Bolívar, periodo 2019-2020. Universidad Central del Ecuador. doi:<https://www.dspace.uce.edu.ec/items/9f856532-df04-41da-80ea-2d4d5181e107>
- Gregor, M., Weinzierl, M., & Yagan, D. (2011). Optimal Taxation in Theory and Practice. American Economic Review, 23(4), 147-152. Obtenido de <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.23.4.147>
- Jiménez, V. (2012). El estudio de caso y su implementación en la investigación. Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales, 8(1), 141-150. Obtenido de [http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2226-40002012000100009&script=sci\\_arttext](http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2226-40002012000100009&script=sci_arttext)
- Ministerio del Comercio Exterior. (2017). Informe sector bananero ecuatoriano dic 2017. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/Informe-sector-bananero-esp%C3%B1ol-04dic17.pdf>
- Muñoz Ordoñez, E. (2020). Tesis: “Análisis de la Eficiencia de los Productores Bananeros de Naranjal-Ecuador y el Impacto del IRU en sus resultados (2015- 2019)”. Repositorio Universidad de Guayaquil. doi:<https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/bfb247c6-7ecc-4e06-8945-32f76f01e284/content>
- Neira, A. (2020). Tesis: Creación del Impuesto a la renta único agropecuario. Universidad Estatal península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5517/1/UPSE-TCA-2020-0054.pdf>
- Peña, W. (2009). El estudio de caso como recurso metodológico apropiado a la investigación en ciencias sociales. Educación y Desarrollo Social, 3(2), 180-196. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5386151>
- Valencia, R. A. (2021). Tesis: Impacto del Impuesto a la Renta Único en la Rentabilidad y Liquidez del Sector Bananero de la Provincia de Los Ríos, Período 2018 – 2019. Universidad Católica Santiago de Guayaquil. doi:<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/16193>
- Yacuzzi, E. (2005). El estudio de caso como metodología de investigación: Teoría, mecanismos causales, validación. Ecotor(296), 7-8. doi:<https://ucema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/296.pdf>
- Yáñez, J. (2020). Impacto, traslación e incidencia de los impuestos. Centro de estudios tributarios(23), 220-235.
- Yin, R. (1994). Case Study Research, Design and Methods, Applied Social Research Methods. Sage Publications, 5(Second edition).
- Zapata Cruz, D. O. (2015). HIPÓTESIS DE INCIDENCIA TRIBUTARIA. In Crescendo. Institucional, 6(1), 3. Obtenido de <https://www.studocu.com/pe/document/pontificia-universidad-catolica-del-peru/derecho-civil-y-derecho-procesal-civil/hipotesis-de-incidencia-tributaria-dialnet-hipotesis-de-incidencia-tributaria-dialne/20722305>



## Aplicación de la Inteligencia de Negocios en el Desempeño de las MIPYMES en Guayaquil, Ecuador: Desafíos y Oportunidades

### Application of Business Intelligence in the Performance of MSMEs in Guayaquil, Ecuador: Challenges and Opportunities

Jorge Merchán Riera, Carlos Mora Espinoza, Roddy Cabezas Padilla

*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

El presente estudio analiza cómo la inteligencia de negocios (BI) puede mejorar el desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en Guayaquil, Ecuador. Estas empresas, fundamentales para la economía local, enfrentan desafíos como la falta de financiamiento y capacitación tecnológica, lo que limita su crecimiento y competitividad. La adopción de BI se presenta como una solución viable para optimizar la toma de decisiones, mejorar la eficiencia operativa y aumentar la competitividad (Davenport & Harris, 2007). Mediante la aplicación de encuestas a 100 MIPYMES, se identificaron las principales barreras para implementar BI, entre las que destacan la falta de recursos financieros y conocimientos técnicos. Sin embargo, las empresas que han adoptado estas herramientas reportan mejoras significativas en su desempeño, como una mejor gestión de operaciones y un mayor acceso a información en tiempo real (Cordero-Guzmán & Rodríguez-López, 2017). El estudio concluye que la implementación de BI puede ofrecer una ventaja competitiva a las MIPYMES de Guayaquil, permitiéndoles optimizar sus procesos y tomar decisiones más informadas. Se recomienda promover políticas de financiamiento y programas de capacitación que faciliten el acceso a estas tecnologías, tanto por parte del sector público como del privado (Wixom & Watson, 2010).

**Palabras clave:** Inteligencia de Negocios, MIPYMES, Guayaquil, Competitividad, Desempeño Empresarial

#### Abstract

This study analyzes how business intelligence (BI) can improve the performance of micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) in Guayaquil, Ecuador. These businesses, which are fundamental to the local economy, face challenges such as a lack of financing and technological training, which limit their growth and competitiveness. The adoption of BI is presented as a viable solution to optimize decision-making, improve operational efficiency, and increase competitiveness (Davenport & Harris, 2007). Through a survey applied to 100 MSMEs, the main barriers to implementing BI were identified, including the lack of financial resources and technical knowledge. However, companies that have adopted these tools report significant improvements in their performance, such as better operational management and greater access to real-time information (Cordero-Guzmán & Rodríguez-López, 2017). The study concludes that the implementation of BI can offer a competitive advantage to MSMEs in Guayaquil, enabling them to optimize their processes and make more informed decisions. It is recommended to promote financing policies and training programs that facilitate access to these technologies, both from the public and private sectors (Wixom & Watson, 2010).

**Keywords:** Business Intelligence, MSMEs, Guayaquil, Competitiveness, Business Performance



## 1. Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en Ecuador representan el 99% del tejido empresarial y juegan un papel fundamental en la economía del país. Estas empresas no solo son una fuente de empleo para una gran parte de la población, sino que también contribuyen significativamente al Producto Interno Bruto (PIB).

En la ciudad de Guayaquil, que es un centro comercial y económico de gran importancia, las MIPYMES son esenciales para la estabilidad económica.

Sin embargo, estas empresas enfrentan múltiples desafíos que dificultan su crecimiento y sostenibilidad en un entorno empresarial cada vez más competitivo y globalizado.

Uno de los principales desafíos a los que se enfrentan las MIPYMES en Guayaquil es la falta de financiamiento. Muchas de estas empresas no tienen acceso a fuentes de financiamiento formales, lo que limita su capacidad para invertir en tecnología, infraestructura y capital humano.

Esta carencia de recursos financieros les impide adoptar tecnologías avanzadas que podrían mejorar significativamente su productividad y competitividad. La falta de acceso a financiamiento

adecuado a menudo obliga a los propietarios y gerentes de las MIPYMES a depender de recursos limitados, lo que perpetúa un ciclo de crecimiento lento y dificultades para expandirse.

Otro problema crucial es la falta de capacitación y habilidades en el uso de nuevas tecnologías. Aunque el mercado global avanza rápidamente hacia la digitalización y la adopción de herramientas tecnológicas avanzadas, muchas MIPYMES en Guayaquil carecen de los conocimientos y habilidades necesarios para implementar y utilizar estas herramientas de manera efectiva.

Esto resulta en que las decisiones empresariales a menudo se tomen de manera intuitiva, basadas en la experiencia personal de los propietarios o gerentes, en lugar de basarse en datos y análisis precisos que podrían optimizar los resultados.

En este contexto, la inteligencia de negocios (Business Intelligence, BI) emerge como una solución viable para las MIPYMES que buscan mejorar su capacidad de análisis y toma de decisiones.

La inteligencia de negocios se refiere al uso de herramientas y procesos que permiten recopilar, procesar y analizar grandes volúmenes de datos para generar información valiosa y accionable.

Esta información ayuda a las empresas a tomar decisiones más informadas, mejorar la eficiencia operativa y, en última instancia, aumentar su competitividad en el mercado.

En las economías desarrolladas, la adopción de inteligencia de negocios se ha convertido en una práctica común, ya que permite a las empresas acceder a datos en tiempo real y tomar decisiones estratégicas basadas en análisis precisos. Sin embargo, en las MIPYMES de Guayaquil, la adopción de BI sigue siendo limitada debido a las barreras mencionadas anteriormente, como la falta de financiamiento y la insuficiente capacitación. A pesar de estas barreras, las empresas que han adoptado herramientas de BI han reportado mejoras significativas en su desempeño, lo que sugiere que la implementación de BI podría ser una solución eficaz para superar muchos de los obstáculos que enfrentan las MIPYMES locales.

Este artículo tiene como objetivo analizar los desafíos y oportunidades que enfrentan las MIPYMES de Guayaquil en la implementación de inteligencia de negocios. En primer lugar, se identifican las barreras clave, como la falta de recursos financieros y la capacitación insuficiente.

En segundo lugar, se exploran las oportunidades que ofrece BI para mejorar la toma de decisiones, aumentar

la eficiencia operativa y potenciar la competitividad empresarial. Para ello, se ha llevado a cabo una investigación cuantitativa mediante la aplicación de encuestas a 100 MIPYMES en Guayaquil, con el fin de evaluar el estado actual de adopción de BI y los principales factores que influyen en su implementación.

A través de este estudio, se busca proporcionar una visión integral de cómo las MIPYMES pueden aprovechar la inteligencia de negocios para mejorar su desempeño empresarial. La inteligencia de negocios no solo permite una gestión más eficiente de los recursos empresariales, sino que también ayuda a las empresas a identificar nuevas oportunidades de crecimiento, mejorar su capacidad para responder a las demandas del mercado y tomar decisiones más estratégicas y fundamentadas.

En un entorno donde la competencia global se intensifica, es crucial que las MIPYMES en Guayaquil adopten estas herramientas tecnológicas para asegurar su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

Finalmente, este trabajo ofrece recomendaciones prácticas tanto para las MIPYMES como para las instituciones públicas y privadas que pueden ayudar a facilitar la adopción de BI en el sector empresarial de Guayaquil. Estas recomendaciones incluyen

políticas de financiamiento, programas de capacitación y el desarrollo de alianzas estratégicas que permitan a las MIPYMES acceder a las herramientas y recursos necesarios para integrar la inteligencia de negocios en sus operaciones diarias.

## 2. Metodología

Este estudio adoptó un enfoque cuantitativo para analizar cómo las MIPYMES de Guayaquil están implementando inteligencia de negocios (BI) y los desafíos que enfrentan. Para ello, se diseñó y aplicó una encuesta estructurada a 100 micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) ubicadas en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. La selección de las empresas se realizó utilizando un muestreo aleatorio simple, de forma que las empresas participantes representaran diversos sectores económicos de la ciudad, incluyendo comercio, manufactura, servicios, entre otros.

Se consideraron tanto empresas familiares como no familiares para obtener una visión más completa de las prácticas empresariales en el uso de BI.

### Diseño del Instrumento

El instrumento de investigación consistió en un cuestionario de 10 preguntas cerradas, diseñado para obtener información en torno a cuatro áreas

clave: adopción tecnológica, frecuencia de capacitación del personal, barreras para la implementación de tecnologías como BI, y factores que influyen en la toma de decisiones empresariales. Las preguntas se formularon de manera clara y directa para facilitar la comprensión por parte de los encuestados, muchos de los cuales carecían de experiencia previa en tecnología avanzada.

El cuestionario fue diseñado con el apoyo de expertos en inteligencia de negocios y en administración de MIPYMES, lo que garantizó la relevancia de las preguntas para los temas abordados en el estudio. Se realizó una prueba piloto del cuestionario en un pequeño grupo de 10 empresas antes de su implementación masiva, con el fin de ajustar el lenguaje y asegurar la claridad en las preguntas.

### Aplicación de la Encuesta

La encuesta se aplicó de manera presencial y en línea, dependiendo de la preferencia de las empresas encuestadas y su disponibilidad para participar. Durante la fase de aplicación presencial, los encuestadores visitaron las oficinas de las MIPYMES para garantizar una mayor tasa de respuesta y una recolección de datos más directa. La encuesta en línea, por otro lado, se distribuyó a través de correos electrónicos a empresas que ya habían mostrado interés en el estudio o que formaban parte de cámaras de

comercio locales. Los encuestadores se encargaron de explicar el propósito del estudio a los propietarios o gerentes de las empresas antes de aplicar el cuestionario, subrayando la importancia de su participación para generar información valiosa sobre el estado actual de la adopción tecnológica en Guayaquil.

Se garantizó la confidencialidad de los datos recogidos, destacando que los resultados se presentarían de forma anónima y solo se utilizarían con fines académicos y de investigación.

### Análisis de Datos

Una vez recolectadas las encuestas,

se realizó una codificación de los datos para su posterior análisis. Los datos cuantitativos obtenidos se procesaron utilizando software estadístico (como SPSS y Microsoft Excel), lo que permitió generar gráficos y tablas que ilustran las tendencias observadas en las respuestas.

Además, se calculó el porcentaje de empresas que utiliza herramientas tecnológicas, la frecuencia de capacitación, y las barreras más comunes para implementar inteligencia de negocios. El análisis también se centró en identificar correlaciones entre variables clave, como el nivel de inversión dispuesto y la probabilidad de adoptar BI.

### Instrumento de Investigación: Encuesta

1. **¿Qué herramientas tecnológicas utiliza su empresa para la toma de decisiones?**
  - Ninguna
  - Software de gestión contable
  - Software de inteligencia de negocios (BI)
  - Otros (Especifique)
2. **¿Con qué frecuencia se capacitan los empleados en el uso de nuevas tecnologías?**
  - Nunca
  - Ocasionalmente (menos de 1 vez al año)
  - Frecuentemente (1-3 veces al año)
  - Muy frecuentemente (más de 3 veces al año)
3. **¿Cuáles son los principales factores que influyen en la toma de decisiones en su empresa?**
  - Intuición
  - Análisis financiero básico
  - Herramientas tecnológicas
  - Asesoría externa
4. **¿Cuál considera que es la mayor barrera para implementar tecnología en su empresa?**
  - Falta de financiamiento
  - Falta de capacitación

- Falta de conocimiento sobre las herramientas
- Otros (Especifique)
- 5. **¿Su empresa ha considerado implementar sistemas de inteligencia de negocios (BI)?**
  - Sí
  - No, pero estamos interesados
  - No, y no planeamos hacerlo
- 6. **¿Qué beneficios espera obtener con la implementación de herramientas tecnológicas en su empresa?**
  - Mejora en la toma de decisiones
  - Incremento en la eficiencia operativa
  - Aumento en la competitividad
  - Otros (Especifique)
- 7. **¿Con qué frecuencia se realizan análisis de datos para apoyar la toma de decisiones en su empresa?**
  - Nunca
  - Ocasionalmente
  - Frecuentemente
  - Muy frecuentemente
- 8. **¿Qué nivel de inversión está dispuesto a realizar su empresa en la implementación de tecnologías como BI?**
  - Ninguna inversión
  - Inversión baja
  - Inversión moderada
  - Inversión significativa
- 9. **¿Cuál es el principal desafío para adoptar BI en su empresa?**
  - Costo elevado
  - Falta de experiencia interna
  - Falta de apoyo gerencial
  - Otros (Especifique)
- 10. **¿Cree que la inteligencia de negocios puede mejorar la competitividad de su empresa?**
  - Sí
  - No
  - No estoy seguro

## Etapas Final: Interpretación y Presentación de Resultados

Después de la aplicación de las encuestas y la recopilación de los datos, el proceso de análisis incluyó la categorización de las respuestas según los sectores de actividad de las MIPYMES participantes. Esto permitió identificar patrones y diferencias en la

adopción de inteligencia de negocios en función del tipo de empresa y su tamaño. Asimismo, se buscó analizar si las empresas que reportaron mayor capacidad de inversión y mayor frecuencia de capacitación tenían más probabilidades de haber adoptado herramientas de BI o estar interesadas en su implementación.

El análisis también se enfocó en examinar las correlaciones entre las barreras mencionadas (falta de financiamiento y capacitación) y la disposición de las empresas a adoptar inteligencia de negocios en el futuro. Además, se hizo un análisis descriptivo para cuantificar la proporción de empresas que ya utilizan BI y las áreas donde las herramientas tecnológicas han generado mayor impacto, como la mejora en la toma de decisiones y la eficiencia operativa.

Estos datos cuantitativos proporcionaron una base sólida para entender el estado actual de la inteligencia de negocios en las MIPYMES de Guayaquil y ayudaron a identificar tanto los desafíos como las oportunidades para una mayor adopción tecnológica. A continuación, se presentan los resultados detallados obtenidos a partir de la encuesta aplicada.

## 3. Resultados

Los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a las 100 MIPYMES participantes proporcionaron una visión clara de las tendencias actuales en el uso de herramientas tecnológicas y los desafíos para implementar inteligencia de negocios en sus operaciones. Estos datos reflejan la situación actual de las MIPYMES de Guayaquil, destacando las oportunidades y las barreras para la adopción de BI.

**Uso de herramientas tecnológicas** El 45% de las empresas encuestadas no utiliza ninguna herramienta tecnológica para la toma de decisiones. Este hallazgo revela una importante brecha tecnológica, lo que implica que la mayoría de las decisiones se toman basadas en la intuición o en análisis manuales, limitando el acceso a información valiosa para la toma de decisiones informadas.

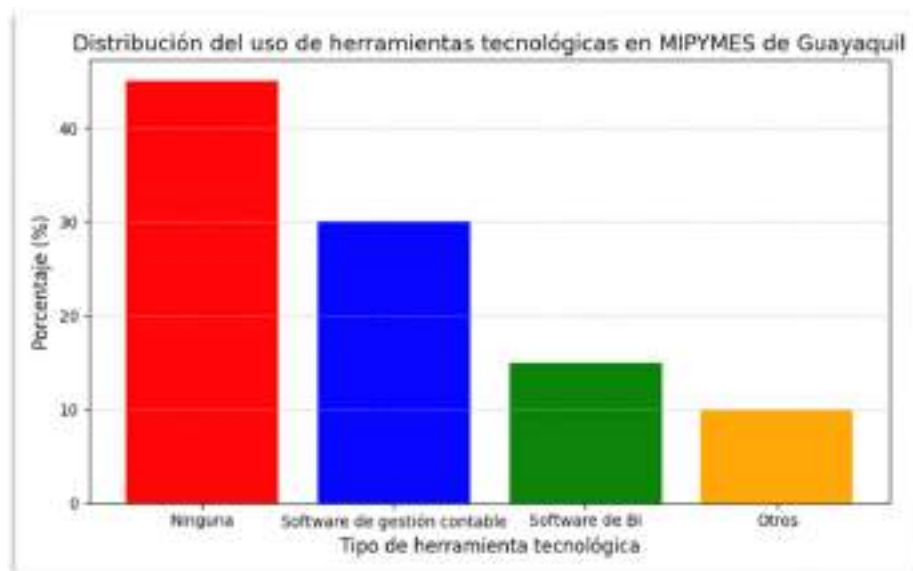
Esta situación es preocupante, ya que la falta de acceso a herramientas tecnológicas disminuye la competitividad de estas empresas en un entorno económico cada vez más digitalizado.

Por otro lado, solo el 15% de las empresas reportaron el uso de software de inteligencia de negocios (BI). Este bajo porcentaje indica que la adopción de BI en las MIPYMES de Guayaquil sigue siendo incipiente, a pesar de los beneficios potenciales que estas herramientas pueden ofrecer en términos de análisis de datos y toma de decisiones informada. El 30% de las empresas utiliza software de gestión contable, lo cual es una señal positiva, ya que muestra un nivel básico de adopción tecnológica, aunque no esté directamente relacionado con inteligencia de negocios.

El 10% restante de las empresas utiliza otras herramientas tecnológicas, como software de análisis financiero básico o

soluciones personalizadas. Este grupo tiene el potencial de migrar a sistemas más avanzados de BI si se superan las barreras financieras y de conocimiento.

**Gráfico 1: Distribución del uso de herramientas tecnológicas en MIPYMES de Guayaquil**



El gráfico de barras muestra la distribución del uso de herramientas tecnológicas entre las MIPYMES encuestadas. Como se observa, el 45% de las empresas no utiliza ninguna herramienta tecnológica para la toma de decisiones, lo que evidencia una significativa brecha tecnológica. Solo el 15% utiliza software de inteligencia de negocios (BI), mientras que el 30% emplea software de gestión contable.

### Frecuencia de capacitación

Un hallazgo significativo del estudio es que el 55% de las empresas reportan que nunca capacitan a su personal en el uso de nuevas tecnologías. Este dato es alarmante, ya que la falta de capacitación limita la capacidad de las empresas para adaptarse a nuevas herramientas tecnológicas y aprovechar al máximo las soluciones de BI. Las empresas que no invierten en la capacitación de su personal se enfrentan

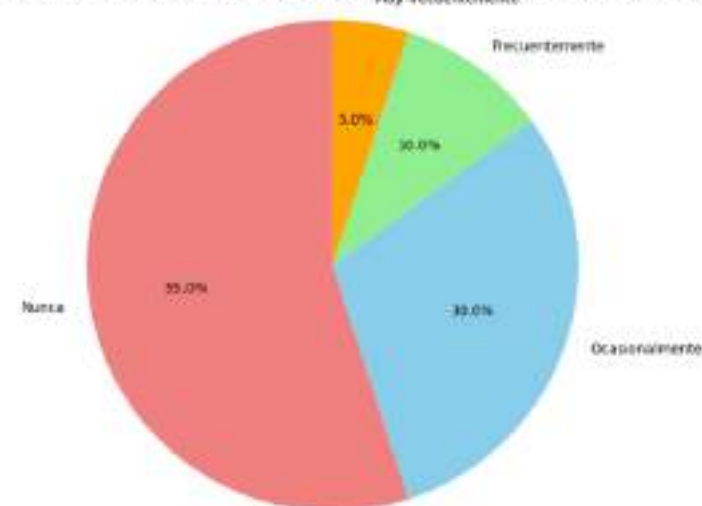
a barreras adicionales para la adopción de BI, ya que estas herramientas requieren habilidades específicas para su implementación y uso efectivo.

Por otro lado, el 30% de las empresas capacitan a su personal de manera ocasional, lo que indica una cierta conciencia sobre la importancia de la

formación, aunque no es suficiente para asegurar una adopción tecnológica sólida. Solo el 15% de las empresas capacitan regularmente a sus empleados, lo que representa una minoría de empresas más preparadas para integrar soluciones tecnológicas avanzadas, como BI, en sus operaciones diarias.

**Gráfico 2: Frecuencia de capacitación en el uso de nuevas tecnologías en MIPYMES de Guayaquil**

Frecuencia de capacitación en el uso de nuevas tecnologías en MIPYMES de Guayaquil



El gráfico de pie ilustra la frecuencia con la que las MIPYMES capacitan a su personal en el uso de nuevas tecnologías. Un 55% de las empresas no capacita a su personal, mientras que solo un 5% reporta hacerlo muy frecuentemente,

lo que indica una notable carencia en la preparación tecnológica de estas organizaciones. Factores que influyen en la toma de decisiones En cuanto a los factores que influyen en la toma de decisiones, el 50% de los encuestados

indicó que las decisiones empresariales se basan principalmente en la intuición de los propietarios o gerentes, en lugar de en el análisis de datos. Este es un hallazgo crítico, ya que muestra la falta de uso de herramientas de BI que podrían proporcionar información valiosa para decisiones más estratégicas. Las decisiones basadas en la intuición, aunque válidas en ciertos contextos, limitan la capacidad de las empresas para identificar oportunidades y riesgos con precisión.

Solo el 20% de las empresas encuestadas utilizan herramientas tecnológicas para respaldar sus decisiones. Esto incluye el uso de software de BI, software de gestión contable y otras soluciones tecnológicas que permiten una mejor visualización y análisis de datos.

Además, el 30% de las empresas basa sus decisiones en análisis financieros básicos o en asesoría externa, lo que refleja un enfoque limitado al análisis de información y una dependencia de terceros para la toma de decisiones estratégicas.

### Barreras para implementar tecnología

El estudio identificó la falta de financiamiento como la principal barrera para la implementación de tecnologías avanzadas, como la inteligencia de negocios, con un 60% de las empresas señalando que no tienen los recursos

financieros necesarios para invertir en estas soluciones. Esta falta de inversión limita considerablemente la capacidad de las MIPYMES para mejorar su competitividad mediante el uso de BI.

El 25% de las empresas mencionó la falta de capacitación como un obstáculo importante, lo que refuerza la necesidad de programas de formación más

**Tabla 1: Barreras identificadas para la implementación de tecnología en MIPYMES de Guayaquil**

Barreras identificadas para la implementación de tecnología en MIPYMES de Guayaquil

| Barreras                | Porcentaje (%) |
|-------------------------|----------------|
| Falta de financiamiento | 60             |
| Falta de capacitación   | 25             |
| Falta de conocimiento   | 15             |

La tabla presenta las principales barreras para la implementación de herramientas tecnológicas, identificadas en las encuestas realizadas. La falta de financiamiento es la barrera más común, señalada por el 60% de las empresas, seguida por la falta de capacitación y el desconocimiento de las herramientas.

### Interés en BI

A pesar de las barreras señaladas, un 35% de los encuestados expresó interés en implementar sistemas de BI en el futuro. Este grupo destacó que BI les permitiría mejorar la toma de decisiones,

accesibles que preparen a los empleados para el uso de tecnologías avanzadas. Además, el 15% de los encuestados destacó la falta de conocimiento sobre las herramientas disponibles como una barrera para la adopción de BI, lo que indica que muchas empresas no están conscientes de los beneficios que estas tecnologías pueden ofrecer ni de cómo implementarlas de manera efectiva.

### Beneficios esperados

De las empresas que consideraron implementar BI, el 40% espera que esta tecnología mejore su capacidad para tomar decisiones basadas en datos. Este grupo de empresas entiende que la adopción de herramientas de BI puede transformar la forma en que gestionan sus operaciones, al proporcionarles una visión más clara de su desempeño y del entorno empresarial en el que operan.

Además, el 35% de las empresas espera que la adopción de BI incremente la eficiencia operativa, mientras que un 25% considera que la adopción de BI aumentará su competitividad. Estos resultados refuerzan la importancia de la inteligencia de negocios como una herramienta estratégica que no solo ayuda a las empresas a optimizar sus procesos, sino que también las posiciona mejor para competir en mercados cada vez más dinámicos y globalizados.

### 4. Conclusiones

Los resultados del presente estudio demuestran que las MIPYMES de Guayaquil enfrentan barreras significativas para la adopción de inteligencia de negocios (BI), siendo las más comunes la falta de financiamiento y la insuficiente capacitación tecnológica. Estas barreras son consistentes con las identificadas en investigaciones previas sobre la adopción de tecnologías en



pequeñas y medianas empresas tanto en Ecuador como en otros países de América Latina. Sin embargo, el estudio también destaca que aquellas empresas que han superado estas barreras e implementado herramientas de BI reportan mejoras sustanciales en la toma de decisiones y en la eficiencia operativa.

### Barreras y oportunidades

La falta de financiamiento, mencionada por el 60% de las empresas encuestadas, sigue siendo un obstáculo crítico. Sin recursos suficientes, las MIPYMES no pueden invertir en soluciones de inteligencia de negocios que requieren un nivel básico de infraestructura tecnológica. Este hallazgo coincide con estudios previos que identifican la financiación limitada como uno de los principales factores que ralentizan la adopción de tecnologías avanzadas en las empresas de menor tamaño (Cordero-Guzmán & Rodríguez-López, 2017).

Esta situación plantea la necesidad de generar políticas públicas que faciliten el acceso a créditos o subsidios tecnológicos, especialmente en sectores como el comercio, manufactura y servicios, donde las MIPYMES representan una parte importante de la economía local.

Por otro lado, la falta de capacitación, señalada por el 55% de las empresas,

es otro desafío significativo. Las herramientas de BI requieren conocimientos técnicos que muchas MIPYMES no poseen, lo que las limita a soluciones básicas o, en muchos casos, a depender exclusivamente de la intuición en sus procesos de toma de decisiones. Esta falta de preparación puede crear una brecha tecnológica que afecte la competitividad de las MIPYMES frente a empresas más grandes o tecnológicamente avanzadas. Sin embargo, el interés expresado por el 35% de los encuestados en adoptar BI en el futuro, sugiere que existe un reconocimiento del valor que esta tecnología podría aportar si se superan las barreras mencionadas.

### Comparación con estudios previos

Los hallazgos de este estudio son consistentes con los resultados obtenidos en estudios sobre la adopción de BI en MIPYMES tecnológicas de otras regiones de Ecuador y América Latina (Ahumada Tello & Perusquia Velasco, 2016). Al igual que en Guayaquil, la falta de financiamiento y la ausencia de capacitación han sido identificadas como las principales barreras en estos estudios.

No obstante, una diferencia clave es que, en los sectores más avanzados tecnológicamente, como el de empresas de base tecnológica, la adopción de BI está más extendida debido a un mayor

acceso a recursos y a un entorno más favorable para la innovación (Wixom & Watson, 2010).

Asimismo, en otros estudios sobre BI, como los realizados en sectores industriales y de servicios, se ha observado que las empresas que han adoptado BI experimentan mejoras en la toma de decisiones estratégicas y operativas, tal como lo refleja este estudio.

Las empresas que han implementado BI logran automatizar procesos, reducir costos operativos y aumentar su competitividad mediante la identificación de patrones y tendencias a partir de los datos.

Esta tendencia también es evidente en Guayaquil, donde las MIPYMES que han implementado BI reportan mejoras similares, especialmente en la capacidad de tomar decisiones más informadas y menos basadas en la intuición.

### Importancia de la implementación de BI

Este estudio subraya la importancia de la inteligencia de negocios como una herramienta clave para mejorar la competitividad y sostenibilidad de las MIPYMES. A pesar de los desafíos identificados, la adopción de BI puede proporcionar una ventaja competitiva a aquellas empresas que logren superar

las barreras de financiamiento y capacitación. La capacidad de análisis que ofrece BI puede transformar la forma en que las MIPYMES gestionan sus operaciones, permitiendo una toma de decisiones más precisa y basada en datos reales. Las empresas que han adoptado BI han podido mejorar su **eficiencia operativa** y aumentar su **capacidad de respuesta** ante cambios en el entorno empresarial, lo que las coloca en una mejor posición para competir tanto a nivel local como global.

Además, la implementación de BI no solo beneficia a las MIPYMES en términos de eficiencia, sino que también les permite identificar **nuevas oportunidades de crecimiento**. Las empresas que utilizan BI tienen acceso a datos que les permiten explorar nuevos mercados, optimizar el uso de sus recursos y mejorar su relación con los clientes a través de estrategias más personalizadas y basadas en análisis de comportamiento.

**Implicaciones para la política pública y el sector privado** Para facilitar la adopción de BI en las MIPYMES de Guayaquil, es crucial que tanto el sector público como el privado desarrollen iniciativas que aborden las barreras identificadas. La creación de programas de financiamiento específicos para la adopción de tecnologías avanzadas en las MIPYMES, así como programas de capacitación accesibles, serían pasos

importantes para reducir la brecha tecnológica. Estos programas podrían ser implementados en colaboración con universidades, instituciones tecnológicas y cámaras de comercio locales, promoviendo la creación de ecosistemas de innovación donde las MIPYMES puedan acceder a herramientas y conocimientos necesarios para adoptar tecnologías de BI.

### **Limitaciones del estudio y recomendaciones para investigaciones futuras**

Este estudio se centró en MIPYMES de Guayaquil, lo que puede limitar la generalización de los resultados a otras regiones del país o a otros sectores económicos.

Se recomienda que futuras investigaciones amplíen el análisis a otras ciudades de Ecuador y sectores específicos para obtener una visión más completa sobre las barreras y oportunidades para la adopción de BI en las MIPYMES.

Asimismo, aunque este estudio se basó en un enfoque cuantitativo, sería beneficioso complementar estos hallazgos con estudios cualitativos que exploren más a fondo las experiencias de las empresas que han implementado BI, así como sus estrategias para superar las barreras identificadas. Este estudio ha demostrado que, aunque

las MIPYMES de Guayaquil enfrentan importantes barreras para la adopción de inteligencia de negocios (BI), como la falta de financiamiento y la insuficiente capacitación tecnológica, también existen claras oportunidades para mejorar su desempeño y competitividad en el mercado.

Las empresas que han logrado superar estos obstáculos han reportado mejoras significativas en términos de eficiencia operativa, toma de decisiones informada y capacidad competitiva tanto a nivel local como global.

La implementación de BI en las MIPYMES ha permitido optimizar procesos clave, como la gestión de inventarios, la planificación de recursos y la gestión financiera. Estas mejoras son fundamentales para empresas que, debido a sus recursos limitados, necesitan maximizar la eficiencia de sus operaciones. Además, la capacidad de acceder a información en tiempo real ha facilitado una toma de decisiones más precisa, basada en datos concretos, lo que ha reducido la dependencia de la intuición o la experiencia individual de los gerentes. Esto se traduce en un mayor control sobre las operaciones y una capacidad de respuesta más ágil frente a cambios en el mercado, lo que es crucial en un entorno económico cada vez más dinámico.

Además de la eficiencia operativa, la adopción de BI ha permitido a las empresas mejorar su competitividad en el mercado. Las herramientas de BI han facilitado a las empresas la identificación de nuevas oportunidades de crecimiento, el análisis del comportamiento de los consumidores y la optimización de sus estrategias de marketing. Este enfoque basado en datos no solo ha permitido captar nuevos clientes, sino también fidelizar a los ya existentes mediante ofertas personalizadas y estrategias más efectivas.

En un entorno empresarial cada vez más globalizado y competitivo, las MIPYMES que adoptan tecnologías como BI están mejor preparadas para competir no solo con empresas locales, sino también con competidores internacionales que ya utilizan estas herramientas para optimizar sus operaciones.

Para superar las barreras identificadas, se recomienda que tanto las instituciones públicas como privadas promuevan programas de financiamiento y capacitación específicamente dirigidos a las MIPYMES.

Estos programas deben facilitar el acceso a las herramientas de BI y proporcionar el conocimiento necesario para su implementación efectiva. El apoyo financiero es esencial para ayudar a las empresas a superar las limitaciones económicas, mientras que

la capacitación permitirá a los empleados adquirir las habilidades necesarias para utilizar las herramientas de BI de manera eficiente. Un esfuerzo coordinado entre el sector público, a través de políticas de fomento tecnológico y subsidios, y el sector privado, mediante la oferta de soluciones de BI accesibles y programas de formación, puede crear un entorno más favorable para la adopción de inteligencia de negocios en las MIPYMES.

Esto permitirá que estas empresas enfrenten con éxito los desafíos futuros y aprovechen las oportunidades que ofrece el entorno digital.

Finalmente, este estudio se centró en las MIPYMES de Guayaquil, pero sería valioso replicar la investigación en otras ciudades y sectores productivos de Ecuador para identificar patrones comunes y particularidades en la adopción de BI.

Además, futuras investigaciones podrían enfocarse en un análisis cualitativo de las experiencias de las empresas que han adoptado BI, con el fin de comprender mejor los factores clave de éxito en la implementación de estas tecnologías.

También sería interesante explorar los beneficios a largo plazo de la adopción de BI, incluyendo el impacto en la sostenibilidad de las empresas y su capacidad de innovación en un entorno empresarial en constante cambio.

## 5. Referencias

- Ahumada Tello, E., & Perusquia Velasco, J. M. (2016). Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica. *Contaduría y Administración*, 61(127-158).
- Chen, H., Chiang, R. H. L., & Storey, V. C. (2012). Business Intelligence and Analytics: From Big Data to Big Impact. *MIS Quarterly*, 36(4), 1165-1188.
- Cordero-Guzmán, D., & Rodríguez-López, G. (2017). Inteligencia de negocios: una estrategia para la gestión de las empresas productivas. *Revista Ciencia UNEMI*, 10(23), 40-48.
- Davenport, T. H., & Harris, J. G. (2007). *Competing on Analytics: The New Science of Winning*. Harvard Business Review Press.
- Wixom, B. H., & Watson, H. J. (2010). The BI-Based Organization. *International Journal of Business Intelligence Research*, 1(1), 13-28.

## CARACTERIZACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DE INNOVACIÓN EN EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE EMPRESAS FRUTÍCULAS EN ECUADOR.

### CHARACTERIZATION OF INNOVATION COMPETENCIES IN THE EXPORT PERFORMANCE OF FRUIT EXPORTING COMPANIES IN ECUADOR.

**Walter Javier Caicedo Leones, Martín Luis Castillo Veloz, Karem Nickoll Vélez Jimenez, Mónica Annabelle Caicedo Leones**  
*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

La caracterización de las competencias de innovación en el desempeño del exportador de empresas frutícolas en Ecuador es un tema relevante para el sector exportador frutícola del país. El objetivo principal de este estudio es identificar y categorizar las competencias de innovación más significativas que poseen las empresas frutícolas exportadoras de Ecuador, y analizar cómo estas competencias se relacionan entre sí y contribuyen al desempeño exportador de dichas empresas. La metodología utilizada en este estudio es de carácter descriptivo, basada en fuentes primarias y datos secundarios, lo cual permitirá obtener una comprensión detallada de las competencias de innovación presentes en las empresas frutícolas exportadoras ecuatorianas. Esta metodología es adecuada debido a la naturaleza exploratoria del tema, ya que busca caracterizar un fenómeno poco estudiado en el contexto específico de la industria frutícola ecuatoriana. Mediante la recopilación y análisis de datos de fuentes secundarias, como libros, artículos académicos y reportes del sector, se podrá describir y categorizar las competencias de innovación más relevantes, además de examinar su relación con el desempeño exportador. Los resultados esperados de esta investigación permitirán identificar y categorizar las competencias de innovación clave que poseen las empresas frutícolas exportadoras de Ecuador. Estas competencias pueden incluir aspectos como: Iniciativa, Trabajo en Equipo, Trabajo en Red, Pensamiento Crítico y Creatividad. Además, se examinará la interrelación entre estas competencias de innovación y cómo, en conjunto, impulsan el desempeño exportador de las empresas frutícolas ecuatorianas. Estas competencias son fundamentales para que dichas empresas se mantengan competitivas en un mercado global en constante evolución. Por un lado, les permiten adaptarse ágilmente a los cambios del entorno empresarial, captar nuevas oportunidades y satisfacer las demandas cambiantes de los clientes internacionales. Por otro lado, las habilitan para mejorar continuamente sus procesos, servicios y la calidad de sus productos, aspectos clave para el éxito exportador. Los hallazgos preliminares resaltan la innovación a nivel personal y organizacional como competencias esenciales para la internacionalización exitosa y el crecimiento sostenido en mercados foráneos altamente competitivos. Por lo tanto, caracterizar e impulsar estas capacidades innovadoras es crucial para el desarrollo de estrategias efectivas que aseguren la supervivencia y prosperidad de las exportadoras frutícolas ecuatorianas.

**Palabras clave:** Competencias de innovación, Exportadoras frutícolas, Desempeño exportador, estrategias efectivas.

#### Abstract

Characterizing the innovation competencies in the performance of fruit exporting companies in Ecuador is a relevant topic for the country's fruit export sector. The main objective of this study is to identify and categorize the most significant innovation competencies of Ecuadorian fruit exporting companies and analyze how these competencies relate to each other and contribute to the export performance of these companies. The methodology used in this study is descriptive, based on primary sources and secondary data, which will allow for a detailed understanding of the innovation competencies present in Ecuadorian fruit exporting companies. This methodology is appropriate due to the exploratory nature of the topic, as it seeks to characterize a phenomenon that is under-studied in the specific context of the Ecuadorian fruit industry. Through the collection and analysis of data from secondary sources, such as books, academic articles, and sector reports, it will be possible to describe and categorize the most relevant innovation competencies, as well as examine their relationship with export performance. The expected results of this research will identify and categorize the key innovation competencies of Ecuadorian fruit exporting companies. These competencies may include aspects such as Initiative, Teamwork, Networking, Critical Thinking, and Creativity. Additionally, the interrelationship between these innovation competencies and how they collectively drive the export performance of Ecuadorian fruit companies will be examined. These competencies are essential for these companies to remain competitive in an ever-evolving global market. On one hand, they allow them to agilely adapt to changes in the business environment, capture new opportunities, and meet the changing demands of international customers. On the other hand, they enable them to continuously improve their processes, services, and product quality, key aspects for export success. Preliminary findings highlight personal and organizational innovation as essential competencies for successful internationalization and sustained growth in highly competitive foreign markets. Therefore, characterizing and promoting these innovative capabilities is crucial for the development of effective strategies that ensure the survival and prosperity of Ecuadorian fruit exporters.

**Keywords:** Innovation competencies, Fruit exporters, Export performance, Effective strategies.



## 1. Introducción

De acuerdo al estudio realizado por C.K. Prahalad y Gary Hamel y publicado en 1990 en la revista Harvard Business Review titulado "The Core Competence of the Corporation," se desarrolla el concepto de competencias centrales dentro de las empresas, las cuales se definen como las habilidades y tecnologías únicas que una organización domina y que le permiten ofrecer beneficios particulares a los clientes.

En primera instancia, se establece que, estas competencias, para ser consideradas como tales, deben ser difíciles de imitar por los competidores y deben proporcionar acceso a una amplia variedad de mercados, influir en la satisfacción del cliente de manera significativa, debe ser única y difícil de replicar por los competidores (Prahalad & Hamel, 1990).

En función de ello, las empresas deben identificar y enfocarse en sus competencias centrales para diferenciarse de la competencia y mantener una ventaja competitiva sostenible, centrándose en fortalecer y desarrollarlas.

Las entidades deben evitar la dispersión de recursos en áreas no esenciales y, en su lugar, concentrarse en áreas donde poseen o pueden desarrollar competencias centrales, para lo cual, las

alianzas estratégicas pueden ser una forma de complementar y reforzar las competencias centrales.

La manera en la cual las empresas pueden desarrollar estas competencias es la inversión en capacitación y el desarrollo de habilidades que las refuercen. Además, se debe fomentar una cultura organizacional que aprecie y desarrolle estas competencias como un factor crucial para su sostenimiento a largo plazo. Las competencias centrales son fundamentales para el éxito a largo plazo de una corporación, y que las decisiones estratégicas deben alinearse con el desarrollo y la explotación de estas competencias.

Prahalad y Hamel vincularon estrechamente las competencias básicas con la ventaja competitiva, afirmando que, a largo plazo, la competitividad se deriva de la capacidad de construir, a menor costo y más rápidamente que los competidores.

En otras palabras, las corporaciones que se centran más en desarrollar competencias básicas que pudieran aplicarse ampliamente tuvieron más éxito que aquellas que centraron recursos en desarrollar habilidades y tecnologías muy específicas.

El primer grupo pudo tomar esas competencias e innovar en nuevos mercados, mientras que el segundo

grupo estuvo vinculado más exclusivamente a los productos específicos que desarrollaron.

Un ejemplo contemporáneo de ello es la empresa Apple, la cual ha desarrollado una competencia en diseño centrado en el usuario que ha permitido su expansión más allá del mercado de la informática personal hacia los mercados de la informática móvil y los medios digitales (Dale & Kellam, 2013).

A lo largo de la exploración de las competencias básicas, hay un mensaje claro, el cual es que son fundamentales para la innovación. Estas habilidades constituyen la competencia central, las cuales deben fusionarse en torno a individuos cuyos esfuerzos no estén tan enfocados que no puedan reconocer las oportunidades para combinar su experiencia funcional con la de otros de maneras nuevas e interesantes.

De esta manera, se puede establecer la distinción entre competencias y habilidades básicas necesarias para realizar una tarea particular, sin embargo, sin su análisis detallado puede ser un obstáculo para las grandes corporaciones.

Un ejemplo de ello son aquellas corporaciones que, a pesar de dedicar recursos a identificar tecnologías importantes, por decisión de sus altos directivos, continuaron actuando como

si estuvieran administrando unidades de negocios independientes, esto generó que la descentralización hiciera difícil centrarse en las competencias básicas (Prahalad & Hamel, 1990).

Enfocando el desarrollo de la investigación, centrándose en las competencias básicas, de acuerdo a la teoría de Bueno y Morcillo, se considera que, para lograrlas, se debe combinar tres elementos clave: las competencias tecnológicas, humanas y organizacionales. Sin embargo, se considera primordial enfatizar en el factor humano, el cual trata de las aptitudes y recursos incorporados en las competencias, es decir, que en cuanto al capital humano significan aptitudes personales, con respecto a la tecnología, se refiere a los recursos tecnológicos, y en lo concerniente a lo organizativo, indica lo relacionado con el aprendizaje organizacional; dichas aptitudes en definitiva representan lo que hace o sabe hacer la empresa (Henao & Londoño, 2012).

La capacidad de innovación es un valor cada vez más en alza para las empresas, que se suman a un cambio de paradigma para responder mejor a las necesidades que la sociedad demanda.

El mundo profesional ha dado un vuelco y requiere de empresas sostenibles a través de la innovación. Para ello, la empresa necesita una respuesta rápida



de su personal, que contribuirá a ese cambio con la actitud adecuada. Este nuevo paradigma determina que no hay innovación posible si no hay una percepción real de la misma. Es esencial que se produzca el desarrollo adecuado de destrezas, de competencias esenciales para el desarrollo individual y la competitividad, como indica el Marco Europeo de Cualificaciones para el aprendizaje permanente (Aznar y otros, 2015).

Con el fin de determinar las dimensiones de la innovación, se toma en consideración al Proyecto FINCODA (Framework for Innovation Competencies Development and Assessment), el cual nace del proyecto INCODE, comenzando en enero de 2015 y tuvo una duración hasta diciembre de 2017.

Este proyecto se centra en dos de las prioridades del marco estratégico para la cooperación europea en el ámbito de la educación y la formación: el objetivo estratégico número 2 (mejorar la calidad y la eficacia de la educación y de la formación) y el objetivo estratégico número 4 (incrementar la creatividad y la innovación, incluido el espíritu empresarial, en todos los niveles de la educación y la formación).

Los principales objetivos de FINCODA son: identificar los comportamientos, conocimientos y destrezas innovadores

en la empresa y relacionarlos con los de nuestros alumnos, observar los comportamientos, conocimientos y destrezas innovadores tanto en el ámbito docente universitario y en el de la empresa a través de un instrumento común de evaluación, el Barómetro INCODE, a nivel nacional como internacional. Es vital que universidad y empresa trabajen en paralelo para poder medir los resultados que se persiguen.

En el proyecto FINCODA participan cinco universidades europeas: TUAS (Turku University of Applied Sciences) de Finlandia; HAW (Hamburg University of Applied Sciences) de Alemania; HU (Utrecht University of Applied Sciences) de los Países Bajos; MMU (Manchester Metropolitan University) del Reino Unido y la UPV (Universitat Politècnica de València) de España. Todas las universidades que participan en el proyecto FINCODA pertenecen a la red CARPE (Consortium on Applied Research and Professional Education).

Estas universidades aportan experiencia, entre otras áreas, en gestión de proyectos internacionales sobre educación universitaria, metodología de evaluación basada en el comportamiento y análisis psicométricos, entre otros.

Sin embargo, lo que confiere especial originalidad al proyecto FINCODA es la participación, además de estas universidades, de nueve empresas

europeas que desarrollan e implementan innovación y que trabajan con personal innovador.

Cada universidad lidera un paquete de trabajo afín a su perfil investigador; la gestión del proyecto se hace desde la universidad, y las empresas participantes se concentran junto al personal investigador de las instituciones académicas en el contenido de los paquetes de trabajo. En este modelo, se consideran las siguientes dimensiones de la innovación:

**Fig. 1. Competencias de innovación del modelo FINCODA.**



## 2. Metodología

Por medio de la aplicación de la metodología utilizada en este estudio, la cual se establece de carácter descriptivo, basada en fuentes primarias y datos secundarios, lo cual permitirá obtener una comprensión detallada de las

competencias de innovación presentes en las empresas frutícolas exportadoras ecuatorianas. Se realiza la recopilación y análisis de datos de fuentes secundarias, como libros, artículos académicos y reportes del sector, se podrá describir y categorizar las competencias de innovación más relevantes, además de

examinar su relación con el desempeño exportador, utilizando el modelo de competencias de innovación FINCODA, como parámetro para su validación.

### 3. Resultados

De acuerdo a un informe de la CEPAL (2016) en su análisis sobre la Internacionalización de las pymes: innovación para exportar, se menciona que existe una relación estrecha entre la internacionalización y la innovación, debido a que, las empresas exportadoras requieren el desarrollo de características distintivas que les permitan su introducción en nuevos

mercados, así como la mejora de sus procesos internos, con la finalidad de que los recursos humanos que poseen estén acorde a las necesidades de conocimiento y experiencia para asumir las responsabilidades de dichos cambios.

Evaluando el nivel de innovación, de acuerdo a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), parte de Naciones Unidas en su índice mundial de Innovación para el periodo 2020-2021, Ecuador se situó en el puesto 91, mejorando sus resultados del año 2020, en el cual se ubicó en el puesto 99.

**Fig. 2. Clasificación del Ecuador en el Índice Mundial de Innovación de 2021.**



Sin embargo, enfocado al capital humano, Ecuador disminuyó su posicionamiento, consiguiendo el puesto 97, el cual difiere en 6 puestos a la posición del 2020, la cual fue en el lugar 91.

**Fig. 3. Clasificación del Ecuador en el Índice Mundial de Innovación de 2021 según su capital humano.**

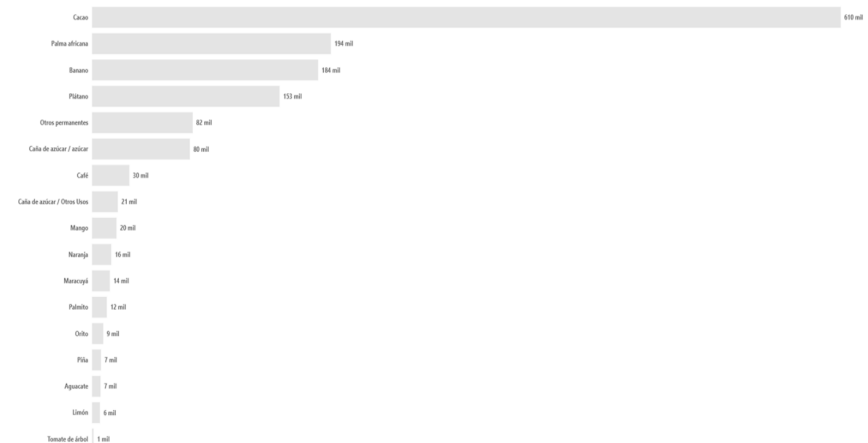


Menéndez & Cobeña (2022) evaluando los factores críticos de la gestión de la calidad de la pitahaya ecuatoriana de exportación, presenta como resultado, sobre la mejora continua, desarrollo de nuevos productos e innovación, que los programas para el proceso de mejora fueron puntuados como buenos; mientras que se calificaron como muy buenos el desarrollo de productos considerando las expectativas de los clientes y la capacidad de introducción

de innovaciones a los productos, así como a los procesos productivos.

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el cacao se posiciona como el principal cultivo en el sector frutícola del país, con una extensión promedio de 610 mil hectáreas a nivel nacional. Le siguen en superficie cultivada la palma africana, el plátano y otros productos frutícolas relevantes.

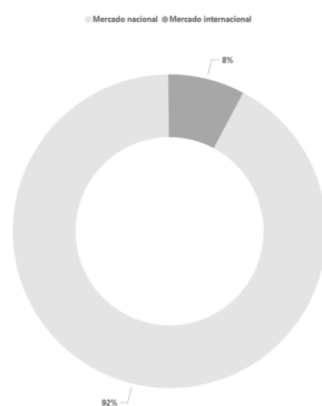
**Fig. 4. Clasificación de la superficie sembrada por hectáreas. Año 2023.**



Sin embargo, si se clasifica en función de la producción y ventas, el banano se ubica en primer lugar, seguido de la caña de azúcar y la palma africana.

**Fig. 5. Clasificación de producto frutícola por producción y ventas. Año 2023.**

A pesar del alto nivel productivo del sector frutícola, solo el 8% de la producción total es destino al mercado internacional, lo cual es un indicador fundamental para conocer el nivel de internacionalización del sector y establecer que existen falencias que impiden un aumento en el nivel exportable de dicha producción.

**Fig. 6. Distribución de la producción frutícola del Ecuador por mercado destino. Año 2023.**

Considerando un enfoque público, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, establece el Proyecto Nacional de Innovación Tecnológica Participativa y Productividad Agrícola (PITPPA), el cual tiene como objetivo promover la reactivación del agro, a través de la optimización de procesos de asistencia técnica y extensionismo, complementando con dotación de tecnología innovadora, infraestructura y equipamiento tecnológico de punta a fin de mejorar las capacidades productivas tradicionales de los pequeños y medianos productores del sector agropecuario, propendiendo que la población beneficiaria mejore su calidad de vida, con miras a la exportación.

El proyecto está orientado a elevar la productividad nacional en los rubros banano, arroz, plátano, papa, maíz duro, trigo, cebada, soya, maíz suave choclo, frutales, café, cacao, hortalizas entre otras, en predios de pequeños y medianos productores, así como a recuperar los sistemas integrales o encadenamientos internos; es decir, la relación entre la producción agrícola y la pecuaria en el manejo y reciclaje de desechos (Rosero, 2021).

Por otro lado, el Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca fomenta la participación del sector frutícola para el fomento de sus exportaciones, con la participación de 50 empresas ecuatorianas en la 14ª

edición de Fruit Attraction 2022 en España, feria mundial de promoción de productos del sector hortofrutícola, que convocó a alrededor de 90.000 clientes y compradores de todo el mundo.

El evento, que se desarrolla del 4 al 6 de octubre de 2022, cuenta con la mayor presencia del sector frutícola ecuatoriano, con más de 50 empresas participantes, llegando a ser el mayor stand del recinto.

La presencia de Ecuador en la feria parte del trabajo conjunto entre el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP); la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE); la Asociación de Comercialización y Exportación de Banano (ACORBANEC); la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) y la Prefectura del Guayas.

El evento permite explorar las múltiples posibilidades de frutas exóticas de nuestro país, como pitahaya, uvilla, maracuyá, pepino dulce, aguacate hass, granadilla, tomate de árbol, entre otras.

En esta edición, el banano ecuatoriano y el plátano son los productos estrella de la exposición, pues se ve la oportunidad de abrir nuevos mercados y recuperar las ventas que han decrecido a raíz del conflicto entre Rusia y Ucrania (Ministerio de Producción, Comercio

Exterior, Inversiones y Pesca, 2022). Adicional a ello, el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (2023) establece su Programa de Fruticultura, el cual se dividió en dos grandes etapas, bajo condiciones y enfoques distintos, la primera durante el período 1982 – 1998 en el que hubo un importante apoyo económico y técnico del Gobierno Suizo y se privilegió la investigación en frutales de hoja caduca, la transferencia de tecnología y enfoque de Género; y la segunda etapa se inicia a partir del año 2000- hasta la actualidad, en que la consecución de recursos económicos se realizó a través de la presentación de proyectos a fondos concursables a nivel nacional e internacional, y dando énfasis a la investigación en frutales nativos y de exportación en Sierra, Costa y Amazonía ecuatoriana.

En la primera etapa, se realizó investigación en especies y variedades de hoja caduca como manzana, durazno, ciruelo y vid, con el fin de mejorar la rentabilidad de los productores de zonas tradicionales (zona centro – sur del país), e incorporación de áreas nuevas como los valles interandinos y ciertas zonas de la costa. Para ello se generaron y/o mejoraron las tecnologías de manejo y seleccionaron materiales de alto rendimiento, calidad de fruta y diferentes épocas de cosecha para ampliar la oferta y mantener precios estables.

Así en este período se promocionaron nueve variedades de manzana, cinco de durazno, tres de ciruelo y cuatro de vid.

La tecnología generada fue difundida a través de la Red de Transferencia de Tecnología que estuvo conformada por grupos, que abarcaron productores de las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Azuay, Manabí y Guayas. Partiendo de un diagnóstico inicial, los Grupos de Transferencia de Tecnología (GTT) determinó que en 1993 el 20% de los productores las aplicaban, evaluaciones de 1996, determinaron que alrededor del 60% empleaban las nuevas técnicas.

El mejoramiento tecnológico de los huertos influyó de manera importante en el incremento de la producción de los huertos, así en manzana Anna, en los valles subtropicales de Pichincha, se pasó de 14 t/ha en 1993, a 21.5 t/ha en 1996.

En aguacate, con rendimientos de 9 t/ha se incrementó a 11.5 t. Durante la segunda etapa se priorizaron los siguientes frutales: aguacate, mora, chirimoya, tomate de árbol, naranjilla, uvilla, vasconcellas (Sierra y zonas de transición); guayaba, guanábana, piña, mango, maracuyá (Costa); borojó, copuazú, arazá (Amazonía).

Actualmente, también se trabaja en guayaba, uva, durazno, claudia y otros caducifolios (Sierra y zonas de transición), cítricos (Costa) y naranjilla, pitajaya, papaya, maracuyá y cítricos (Amazonía).

En esta etapa se está dando énfasis a la investigación en Mejoramiento Genético de las especies nativas, como alternativa importante para el manejo integrado de plagas, y la generación de tecnologías innovadoras en frutales de exportación y otros de interés, además se ha incorporado el enfoque de cadenas (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2023).

#### 4. Conclusiones

Por medio de la revisión documental realizada, se puede concluir que, el desarrollo de las competencias de innovación en el sector exportador frutícola no se ha desempeñado correctamente, sobre todo si se enfoca desde la competencia humana, debido a que, los proyectos enfocados para su desarrollo se basan en la mejora de procesos o de la producción en general y no enfocado en la preparación del personal involucrado en el sector, considerando las dimensiones de iniciativa, trabajo en equipo, trabajo en red, pensamiento crítico y creatividad.

Esto genera que, el desarrollo exportador no se realice de manera correcta, lo que

genera que solo el 8% de la producción total logre su posicionamiento fuera del contexto nacional.

Esto retrasa los procesos de internacionalización de las empresas productoras frutícolas, y, por ende, disminuye la cantidad de empresas exportadoras.

Es por ello que, se considera necesario el fomento de proyectos que se direccionen a mejorar la habilidad de las empresas frutícolas para su rápida adaptación a los cambios del entorno empresarial, para que puedan captar nuevas oportunidades y satisfacer las demandas cambiantes de los clientes internacionales. Los nuevos proyectos deben enfocarse en fomentar la creación de redes de negocios y la creatividad, como puntos relevantes para las competencias de innovación.

## 5. Referencias

- Aznar, L., Montero, B., Pérez, M., Watts, F., García, A., y Marin, J. (2015). De Proyecto INCODE a FINCODA: utilización del Barómetro INCODE en alumnos universitarios y en empleados con competencias de innovación. Congreso In-Red 2015. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4995/INRED2015.2015.1620>
- Dale, J., y Kellam, L. M. (2013). Productive to the core: Core competencies and the productive librarian. Scarecrow Press, 33-40. Frohmann, A., Mulder, N., Olmos, X., y Urmeneta, R. (2016). Internacionalización de las pymes: innovación para exportar. CEPAL.
- Henao, R., y Londoño, A. (2012). Diseño de un modelo de dirección por competencias básicas distintivas para las pymes exportadoras de la ciudad de Medellín. Semestre Económico, 15(32), 197-224 .
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. (2023). Programa de Fruticultura. Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias: <https://www.iniap.gob.ec/fruticultura/>
- Menéndez, R., y Cobeña, X. (2022). Factores críticos de la gestión de la calidad de la pitahaya ecuatoriana de exportación. Estudio de caso Ecuador Divine-El Okaso S.A. Dominio de las Ciencias., 8(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i3>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2022). 50 empresas ecuatorianas son parte de Fruit Attraction 2022 en España. Noticias: <https://www.produccion.gob.ec/50-empresas-ecuatorianas-son-parte-de-fruit-attraction-2022-en-espana/>
- Prahalad, C. K., y Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Corporation. Harvard BusinessReview, 68(3), 79-91.
- Rosero, V. (2021). Estudio comparativo de la oferta exportable ecuatoriana bajo el (SGP) y la oferta exportable colombiana bajo el (TLC) periodo 2014-2020 hacia EE. UU y su competitividad.
- UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI.



## CIENCIA ABIERTA Y REPRODUCIBILIDAD: ENTRE LA PRÁCTICA CIENTÍFICA Y EL ENTRENAMIENTO DE PARES

### OPEN SCIENCE AND REPRODUCIBILITY: AN APPROACH TO GATHER REPRODUCIBLE RESEARCH PRACTICES AND PEER-TO-PEER SCIENTIFIC TRAINING

*Zulemma Julia, Bazurto Blacio, Bryan Alberto, Revelo Yagual, Camille Dallyana, Carrera Franco*

*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

El principio de Reproducibilidad es un pilar de las buenas prácticas de ciencia abierta para la gestión y administración de datos científicos. En particular, en la Facultad de Ciencias Administrativas de 109 profesores investigadores encuestados el 50% terminan su investigación publicando un artículo científico, pero de éstos el 89% no hace público el código fuente utilizado en su investigación. La falta de conocimientos técnicos y de tiempo para invertir en un proceso reproducible son sólo algunos de los aspectos que impiden que profesores investigadores implementen prácticas de ciencia abierta. Lo anterior se convierte en una oportunidad para la praxis científica y la formación de pares y estudiantes. En este trabajo se muestra cómo implementar reproducibilidad en investigación científica formando estudiantes que se puedan considerar investigadores nóveles y que tomen el rol de mentores de carrera temprana de sus profesores investigadores a través de un semillero de investigación de reproducibilidad basada en R.

**Palabras clave:** reproducibilidad, replicabilidad, investigación reproducible, enseñanza de la reproducibilidad, mentoría.

#### Abstract

The principle of Reproducibility is the cornerstone of high-quality open science practices for the scientific data management. Particularly, at the School of Business Administration a survey was among 109 researchers and faculty members, 50% indicated that they finished their research by publishing a scientific article, but of these 89% do not make public the code used in their research. Lack of technical knowledge and time to invest in a reproducible workflow are just some of the reasons that prevent researchers and faculty members from implementing open science practices. This becomes an opportunity for scientific praxis and peer-to-peer training. This paper shows how to implement reproducibility in scientific research by training students who can be considered early career researchers and take on the role of early career mentors to their researchers and faculty members through an R-based reproducibility undergraduate research training program.

**Keywords:** reproducibility, replicability, reproducible research, teaching reproducibility, mentorship.

## 1. Introducción

La Ciencia Abierta posee tantas definiciones como autores la han intentado definir, es decir, puede significar cosas diferentes para personas diferentes. Se destaca que éste es un concepto que ha sido ampliamente desarrollado y aplicado más intensamente en América del Norte y Europa; por ejemplo, (Fecher & Friesike, 2014) hablaban de la Ciencia Abierta y sus 5 escuelas de pensamiento para referenciar sus orígenes.

Sin embargo, pese a estas diferentes vertientes de definiciones, para aproximar más al cono sur se toma la recomendación que hizo UNESCO en 2021 para tener formalmente una definición, que en resumen menciona que la Ciencia Abierta es un nuevo paradigma así como un constructo que integra en la empresa científica prácticas de reproducibilidad, transparencia, intercambio y colaboración, buscando incrementar las colaboraciones científicas y el intercambio de información en beneficio de la ciencia y la sociedad, más allá de la comunidad científica tradicional.

En la granularidad de la taxonomía de la Ciencia Abierta desarrollada por el proyecto FOSTER (Facilitate Open Science Training for European Research) hay 9 componentes (Pontika et al., 2015) que ayudarían a comprender mejor

la diversidad de prácticas y recursos relacionados a la Ciencia Abierta.

En particular, el componente de investigación reproducible abierta (open reproducible research por su significado en inglés) anida los subcomponentes asociados a la reproducibilidad y los flujos de trabajos propiamente dichos.

Naturalmente, las definiciones sobre reproducibilidad suelen ser variadas. Desde la primera vez que mocionó este término el profesor Jon Claerbout en 1992 hasta pasar por algo más contemporáneo como (Stodden, 2014).

Formalmente, para los fines de este trabajo, se adopta la conceptualización de las Academias Nacionales de Ciencias, Ingeniería y Medicina (National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine por su significado en inglés) que en 2019 definía a la reproducibilidad como el proceso de obtener los mismos resultados utilizando los mismos datos de entrada y siguiendo los mismos pasos computacionales relativos a los métodos y el análisis.

En este sentido, un resultado reproducible se refiere a cuando los mismos pasos de análisis realizados en el mismo conjunto de datos producen sistemáticamente la misma respuesta (The Turing Way Community, 2022); mientras que un resultado es replicable cuando el mismo análisis realizado en

diferentes conjuntos de datos produce respuestas cualitativamente similares (Plesser, 2018).

En un contexto general, el debate sobre la crisis de la reproducibilidad lleva años en discusión, amplificado por la creciente preocupación ante una serie de estudios de reproducibilidad que no han logrado replicar resultados positivos anteriores (Hunter, 2017); como el llevado a cabo por (Baker, 2016) que realizó una encuesta a más de 1500 científicos en la cual el 70% afirmó que no pudo reproducir los experimentos publicados de otros científicos, y el 50% no pudo reproducir su propio experimento.

En Ecuador, la reproducibilidad no es todavía una práctica común en el ámbito científico en general; razones para esto son la falta de evidencias que demuestren su necesidad, la falta de incentivos y la falta de guías y licencias ampliamente aceptadas y establecidas que faciliten la apertura y publicación de datos y códigos (Nüst et al., 2017).

Pese a lo anterior, la reproducibilidad ha ganado espacio y auge para su implementación en el ámbito científico y educativo. (Dogucu & Cetinkaya-Rundel, 2022) recogen 3 dimensiones bajo las cuales se podría desarrollar la reproducibilidad: investigación reproducible, enseñanza de la reproducibilidad y la enseñanza reproducible.

En este trabajo se abordan las 2 primeras dimensiones.

Desde el punto de vista de la práctica científica se concibe la investigación reproducible, la cual suele darse en un entorno de investigación donde principalmente quienes son protagonistas son los investigadores y profesores investigadores; esta dimensión tiene como propósito entregar un producto científico, siendo los artículos científicos publicados los productos más destacados, pero no los únicos. Dada la praxis in-situ de un investigador, ésta se sujeta el método científico, por lo cual se tendrán 4 componentes presentes asociados al contexto de la reproducibilidad y son: la data, el código, las herramientas que utilice para procesamiento de la data y finalmente los resultados.

En este sentido, hacer investigación reproducible va a involucrar que el investigador posea formación en ciencia abierta.

Por ejemplo, hacer una investigación científica de manera reproducible presupone hacer los datos abiertos y esto implica que estos datos cumplan los principios FAIR, es decir, que sean fáciles de encontrar, accesibles, interoperables y reusables (Wilkinson et al., 2016). En un sentido más simple y detallado, los principios FAIR en la práctica involucraría que los metadatos sean accesibles, que

los datos estén en protocolos abiertos y gratuitos, y que estén publicados con una licencia adecuada. (Vazano et al., 2024). En relación al código que se utilice para reproducir análisis también deberá ser abierto, es decir, el investigador deberá tener claro que la investigación basada en datos requiere entender cómo trabajar con código científico.

Para lo anterior se necesitan herramientas como el control de versiones para gestionar los cambios en el código, facilitar la colaboración y contar con un repositorio donde se almacene este código. Las herramientas de procesamiento de datos seleccionadas deberán ser aquellas que faciliten aspectos como la construcción del código científico, el versionamiento del mismo e incluso la presentación de los resultados.

Un claro ejemplo de software libre para lo anterior es R, pero no se restringe al mismo. Finalmente, la presentación de resultados puede tener varias vías desde la ciencia abierta como tener un plan de gestión de publicaciones que incluya el uso de pre-prints que promueven rápidamente la diseminación del conocimiento, así como el uso de herramientas de gestión de referencias como Zotero y Mendeley, por mencionar algunas.

La segunda dimensión es la enseñanza de la reproducibilidad que, a diferencia

de la anterior, ésta se encuentra asociada a tomar las prácticas de investigación reproducible y enseñarlas a otros. Lo anterior entonces, cambia el entorno porque se enmarca en uno de enseñanza que puede ser un aula o un laboratorio de prácticas. Los actores también serán diferentes e involucra a profesores investigadores o investigadores que tomarían el rol de instructores que enseñan a estudiantes; sea éste un estudiante de pregrado, un estudiante doctoral e incluso un estudiante de enseñanza media.

Esta dimensión de la reproducibilidad se caracteriza porque es posible la enseñanza entre pares, es decir, no sólo la relación jerárquica profesor-estudiante; sino que puede darse una mentoría entre profesores (o instructores), entre estudiantes o incluso cruzada, es decir, que un estudiante enseñe reproducibilidad a un instructor/profesor que no tiene formación sobre temas de ciencia abierta y reproducibilidad.

En comparación con la investigación reproducible que claramente tenía un producto final formal como un artículo científico, en la enseñanza de la reproducibilidad es primordial definir cuál será el input bajo el cual se enseñarán las prácticas de reproducibilidad.

En este sentido, se puede seleccionar un producto científico de otro, como un paper publicado por algún investigador e

intentar reproducirlo; o, tomar un proyecto propio de análisis de datos con data propia para introducir la práctica de la reproducibilidad. Esto formalmente en la literatura es referido, por su significado en inglés, como ex-ante documentation y ex-post reproduction (Ball et al., 2022), respectivamente.

La enseñanza de la reproducibilidad presenta ventajas y desventajas asociadas a su propia naturaleza. Uno de sus desafíos, desde el punto de vista del instructor y por el entorno en el que se realiza, guarda relación con aspectos que son propiamente asociados a la docencia; como, por ejemplo: grupos heterogéneos para aprender las prácticas de reproducibilidad, productos de investigación difíciles de ser aprendidos por los estudiantes, así como una deserción temprana por parte de los mentores frente a la posibilidad de que el entrenamiento de pares no resulte como se espera.

Por otra parte, la ventaja sustantiva es que a quienes se forman en reproducibilidad se les hace una exposición temprana a este tipo de prácticas que podrían sensibilizarlos a tomar la carrera de investigadores, así como a tener una habilidad adicional para el campo laboral y decidirse a ser mentores de otros. De manera que, abordados los diferentes enfoques de reproducibilidad, este trabajo tiene como eje principal mostrar cómo las 2 primeras dimensiones

fueron implementadas en un proyecto formador de reproducibilidad basada en R en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil. 3R Project, Reproducible Research in R por sus siglas en inglés, es un Semillero de Investigación vigente de la carrera de Licenciatura en Gestión de la Información Gerencial que surge de un estudio previo realizado por (Macías, Salas & Bazurto, 2024) en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil.

Las autoras mapearon las prácticas de ciencia abierta en investigación científica en 109 profesores investigadores de la Facultad mediante un cuestionario de 19 preguntas basado en el modelo de encuesta desarrollado por el equipo de investigación de la Universidad de California y Open Research Funder Group (ORFG).

En dicho mapeo abordaron 4 aspectos relacionados a la ciencia abierta: experiencia y participación en investigación científica, conocimiento y percepción de la ciencia abierta, prácticas de ciencia abierta y limitantes de ciencia abierta. Entre sus principales hallazgos reseñan que más del 50% de profesores investigadores terminan su investigación publicando un artículo científico, pero de estos más del 30% afirmó que participar en Ciencia Abierta lleva mucho tiempo.

Las principales barreras reseñadas en dicho estudio respecto a poner en práctica la ciencia abierta fueron: la falta de tiempo (40,38%), y la falta de conocimientos técnicos (32,05%). De igual manera hay más del 50% de profesores encuestados que no conocían en lo absoluto herramientas y plataformas para participar en Ciencia Abierta.

Por lo anterior, 3R Project persigue impulsar en la comunidad universitaria el uso de la reproducibilidad en investigación basada en R como vía de fortalecimiento para la producción científica. El objetivo anterior se enfocará en implementar un flujo de trabajo reproducible basado en R para la obtención de diferentes productos científicos a través del entrenamiento de pares. En este sentido, 3R Project mezcla la investigación reproducible con la enseñanza de reproducibilidad, pues, involucra como actores profesores investigadores dispuestos a poner en un formato reproducible su artículo científico publicado y a estudiantes formándose en prácticas de reproducibilidad para hacer ex-post reproduction.

## 2. Metodología

Para desarrollar el 3R Project se seleccionó, en 2 etapas diferenciadas, a 23 estudiantes postulantes que cumplieron el criterio de inclusión de

ser un estudiante con matrícula activa de tercer semestre en adelante en la Universidad de Guayaquil. Se considera como factor de agrupamiento el grado de expertise en programación.

Por otra parte, se reclutó un profesor investigador voluntario de la Facultad de Ciencias Administrativas quien proveyó un artículo científico publicado en una revista de acceso abierto en el eje temático de finanzas corporativas para ser llevado a status reproducible. Se estableció a R como el software principal para el workflow reproducible a desarrollar. Se llevaron a cabo 4 estrategias categorizadas por dimensión de reproducibilidad; dos estrategias asociadas a la enseñanza de la reproducibilidad que fueron: el entrenamiento así como la mentoría y refuerzo de competencias.

Las estrategias asociadas a la investigación reproducibles fueron: el desarrollo de proyectos de investigación reproducibles y la divulgación científica. Para realizar estas 4 estrategias se dan flujos de roles variados. Desde la dimensión de la formación de pares, el entrenamiento se dio de profesores-instructores hacia estudiantes; enseñando R para manipulación de datos, control de versiones, formación en investigación reproducible en R y mejores prácticas de reproducibilidad.

Posteriormente, con el número de estudiantes formados (denominados mentores de carrera temprana) se ejecutó la estrategia de mentoría en 2 flujos bifurcados y paralelos: por un lado, los estudiantes formados se dedicaron a formar a otros estudiantes interesados en los tópicos asociados a la investigación reproducible; por otra parte, los estudiantes formados pasan a ser los mentores de aquellos profesores investigadores que no poseen el conocimiento técnico en ciencia abierta y reproducibilidad, y tienen la intención de implementar las prácticas de reproducibilidad en su investigación.

Las otras 2 estrategias que están asociadas a la investigación reproducible cubren la dimensión de la práctica científica. La estrategia de producto reproducible se da de estudiante a profesor investigador pues, los estudiantes formados llevan a cabo el workflow de reproducibilidad

in situ para el producto científico del profesor investigador. Finalmente, para poder involucrar a futuros actores de la comunidad universitaria, profesores investigadores e investigadores nòveles difunden los resultados del workflow de ex-post reproduction a la comunidad académica.

## 3. Resultados

Como se aprecia en la figura 1, el desarrollo de 3R Project acorde a las estrategias descritas anteriormente, presentó variantes en función de las etapas diferenciadas de selección de los estudiantes postulantes. En la dimensión de la enseñanza de la reproducibilidad, la estrategia de entrenamiento consideró tanto workshops presenciales así como virtuales; esto dado que los 22 estudiantes seleccionados fueron ingresando al Semillero de forma escalonada y por tal su formación también lo fue.

**Fig. 1. Estrategias desarrolladas por tipo de entrenamiento y naturalezas de equipo**



Como se aprecia en la figura 1, para la estrategia de mentoría se conformaron dos grupos: equipo de formadores y equipo aprendiz. El equipo de formadores conformado por aquellos estudiantes entrenados que principalmente fueron los mentores de sus pares; mientras que el equipo aprendiz incluye a estudiantes que sólo tenían interés en formarse y no involucrarse en mentoría ni en estrategia alguna de la dimensión de investigación reproducible.

El desarrollo del producto reproducible, como parte de la dimensión de la práctica científica, se llevó a cabo con la conformación de dos grupos: equipo base y equipo reproducible; los integrantes de estos grupos son los estudiantes que previamente fueron formados en los tópicos de R para manipulación de datos, control de versiones con Github y contenidos asociados a principios de ciencia abierta.

Aunque ambos equipos realizaron tareas asociadas a la implementación del flujo de trabajo reproducible para el artículo científico proveído por el profesor investigador participante, ciertamente el equipo base es el responsable de lograr el status reproducible de éste. Una diferencia fundamental de los integrantes del equipo base es que éstos tuvieron una formación externa internacional para alcanzar la certificación otorgada por el programa de NASA TOPS (Transform to Open

Science), cuyo plan de estudios de 5 módulos está diseñado para dotar a investigadores, estudiantes y ciudadanos científicos de los conocimientos y habilidades necesarios para transicionar a las prácticas de la ciencia abierta, incluyendo el desarrollo de un plan de ciencia abierta y gestión de datos.

Tanto el equipo base como el equipo reproducible, en una primera fase, implementaron en R y Rmarkdown la automatización de pipelines de los datos del artículo científico del profesor participante. El alojamiento del proyecto de datos de R y el trabajo colaborativo se dió mediante un repositorio creado en Github.

Para evaluar el impacto de 3R project se utilizaron métricas cuantitativas y cualitativas que se muestran en la tabla 1. En relación al engagement de mentores de carrera temprana en workshops de reproducibilidad, el 77.27% de estudiantes participantes completaron con éxito todo el programa de formación que incluyó habilidades de manejo de datos en R y un enfoque exhaustivo de la reproducibilidad de la investigación.

Del número total de estudiantes capacitados, el 50% son estudiantes mujeres que pertenecen a alguna minoría subrepresentada (negras e indígenas) y que actualmente se

encuentran desempleadas. No se reportaron estudiantes madres solteras. Otro resultado importante se observó respecto al total de participantes que se comprometieron inicialmente con la estrategia de mentoría; 14.28% de dichos mentores abandonaron 3R Project.

**Tabla 1. Definición de métricas de impacto de 3R project**

| Métricas                                                                    | Definición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Naturaleza de la métrica |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| Engagement de mentores de carrera temprana en workshops de reproducibilidad | Esta métrica hace un seguimiento del porcentaje de mentores de carrera temprana que han completado con éxito todo el programa de formación                                                                                                                                                                                                                   | Cuantitativa             |
| Porcentaje de estudiantes mujeres enroladas                                 | Mide el número total de estudiantes mujeres de minorías subrepresentadas (negras e indígenas), madres solteras y actualmente desempleadas, que fueron capacitadas y lo compara con el total de estudiantes participantes capacitados.                                                                                                                        | Cuantitativa             |
| Tasa de deserción de los mentores                                           | Mide el número de mentores que abandonaron el proyecto y lo compara con el total de participantes que se comprometieron inicialmente con la estrategia de mentoría                                                                                                                                                                                           | Cuantitativa             |
| Evaluación de la satisfacción de los estudiantes participantes              | Obtiene información de los estudiantes participantes de 3R project sobre la experiencia general, el nivel de dificultad de la transición a las prácticas de la ciencia abierta y la reproducibilidad, la percepción de la reproducibilidad aplicada, la colaboración como recurso y la facilidad de uso del flujo de trabajo de acceso abierto implementado. | Cualitativa              |

Finalmente, la evaluación de la satisfacción de los estudiantes participantes realizada mediante una encuesta en línea mostró que 98% de ellos calificó la experiencia en general en 3R Project

como muy satisfactoria; adicionalmente, 34% de los estudiantes participantes calificaron con dificultad media la transición a las prácticas de la ciencia abierta y la reproducibilidad. 67% de los estudiantes participantes calificaron



la percepción de la reproducibilidad así como la facilidad de uso del flujo de trabajo de acceso abierto implementado como muy satisfactoria; mientras que el 98% de los participantes calificó la colaboración como un excelente recurso.

#### 4. Conclusiones

Este estudio encontró que la necesidad de introducir estrategias internas en investigación científica en la Facultad de Ciencias Administrativas se convirtió en una oportunidad para la implementación de un proyecto de transición a las prácticas de la ciencia abierta y reproducibilidad a través de un semillero de investigación denominado 3R Project.

La implementación del proyecto mostró cómo pueden combinarse la investigación reproducible y la enseñanza de la reproducibilidad para dar paso al entrenamiento de pares y a la praxis científica a través de estrategias asociadas a estas 2 dimensiones de la reproducibilidad.

El desarrollo del proyecto reveló que las estrategias de entrenamiento y mentoría se dan en un entorno de enseñanza en el que los flujos de roles e interacción son de profesor-instructor a estudiantes, de estudiantes a estudiantes y de estudiante a profesor investigador. Adicionalmente, cubrir la dimensión de formación de pares da

paso a la conformación de grupos heterogéneos de estudiantes que persiguen fines diferentes dentro de la participación en 3R Project. La mentoría entre estudiantes puede darse de forma escalonada mediante workshops tanto presenciales como sincrónicos sin que esto altere los contenidos del programa de formación.

3R Project desde la investigación reproducible involucró un entorno de investigación que dio paso a la expost reproduction por parte de los investigadores nóveles de los equipos base y reproducible. La dimensión de la práctica científica reveló que el flujo de roles de estudiante a profesor investigador se da cuando los integrantes de los equipos encargados del status reproducible del producto científico implementan la automatización de pipelines de datos del mismo.

Una consideración fundamental en esta fase es que la implementación del flujo de trabajo reproducible del producto científico debe ser liderado por el equipo de investigadores nóveles que lograron una transición sólida hacia las prácticas de ciencia abierta, reproducibilidad y colaboración.

La evaluación de impacto del 3R Project mostró mediante las métricas cuantitativas que más del 70% de estudiantes participantes lograron completar el programa de formación y se

convirtieron en investigadores nóveles, así como mentores de carrera temprana. Se evidenció paridad de género respecto al número de estudiantes capacitados y una tasa de deserción del 14.28% de mentores de carrera temprana. La encuesta de satisfacción realizada por los estudiantes participantes en 3R Project mostró que 98% de éstos considera como muy satisfactoria la experiencia en general en el semillero de investigación y como excelente el recurso de colaboración.

Alrededor del 35% consideró que la transición a las prácticas de reproducibilidad y ciencia abierta es medianamente difícil. Sin embargo, 67% de los estudiantes participantes encuestados mostraron una alta satisfacción respecto a la percepción de reproducibilidad y al uso del workflow de acceso abierto implementado en el producto científico del proyecto.

Este estudio tiene una serie de limitaciones. No se logró reclutar un número mayor de profesores investigadores participantes que guardaran interés en implementar un flujo de trabajo reproducible a su producto científico publicado y liberar los datos del mismo. Aunque la dimensión del entrenamiento de pares tiene un fuerte componente de formación orientada a subyacer a la mentoría, la tasa de deserción de mentores de carrera temprana calculada evidencia

que el refuerzo de competencias de otros pares podría verse afectada por el número faltante de mentores en el proceso de formación entre estudiantes. Este estudio no contempló la evaluación de incentivos y recursos que podrían ser proporcionados por parte de la Facultad de Ciencias Administrativas a los investigadores nóveles, mentores de carrera temprana y profesores investigadores como participantes voluntarios.

La extensión de este estudio puede darse en la investigación reproducible a través de ex-ante documentation, de manera que el flujo de trabajo reproducible sea implementado en un nuevo producto científico que involucre un proyecto de datos propio a desarrollar por los profesores investigadores. Es deseable que en trabajos futuros se aborde la alfabetización de reproducibilidad entre instructores con la finalidad de crear una comunidad con enfoque train the trainer que promueva una mayor participación de profesores investigadores.

En conclusión, se espera que este trabajo ayude el desarrollo de la carrera temprana de investigadores y mentores así como a facilitar la transición hacia la reproducibilidad del flujo de trabajo de un profesor investigador cuyo producto final sea un artículo científico publicado.

## 5. Referencias

- Baker, M. (2016). 1,500 scientists lift the lid on reproducibility. *Nature*, 533, 452–454. <https://doi.org/10.1038/533452a>
- Ball, R., Medeiros, N., Bussberg, N. W., & Piekut, A. (2022). An invitation to teaching reproducible research: Lessons from a symposium. *Journal of Statistics and Data Science Education*, 30(3), 209–218. <https://doi.org/10.1080/26939169.2022.2099489>
- Dogucu, M., & Çetinkaya-Rundel, M. (2022). Tools and recommendations for reproducible teaching. *Journal of Statistics and Data Science Education*, 30(3), 251–260. <https://doi.org/10.1080/26939169.2022.2138645>
- Fecher, B., & Friesike, S. (2014). Open science: One term, five schools of thought. En S. Bartling & S. Friesike (Eds.), *Opening science: The evolving guide on how the internet is changing research, collaboration and scholarly publishing* (pp. 17–47). Springer. <https://www.springer.com/gb/book/9783319000251>
- Hunter, P. (2017). The reproducibility “crisis”: Reaction to replication crisis should not stifle innovation. *EMBO Reports*, 18, 1493–1496. <https://doi.org/10.15252/embr.201744876>
- National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. (2018). *Data science for undergraduates: Opportunities and options*. National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/25104>
- Nüst, D., Konkol, M., Pebesma, E., Kray, C., Schutzeichel, M., Przibytzin, H., & Lorenz, J. (2017). *Opening the publication process with executable research compendia*. \*D-Lib Magazine, 23\*(1/2). <http://www.dlib.org/dlib/january17/nuest/01nuest.html>
- Plessner, H. (2018). Reproducibility vs. replicability: A brief history of a confused terminology. *Frontiers in Neuroinformatics*, 11, Article 76. <https://doi.org/10.3389/fninf.2017.00076>
- Pontika, N., Knoth, P., Cancellieri, M., & Pearce, S. (2015). Fostering open science to research using a taxonomy and an eLearning portal. En *International Conference on Knowledge Technologies and Data-driven Business* (pp. 1–15). ACM. <http://oro.open.ac.uk/44719/>
- Stodden, V. (2014, mayo). Response to: What scientific idea is ready for retirement? *Edge.org*. <https://www.edge.org/response-detail/25340>
- The Turing Way Community. (2022). *The Turing Way: A handbook for reproducible, ethical and collaborative research* (1.0.2). <https://book.the-turing-way.org/>
- UNESCO. (2021). Recommendation on open science. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000376130?posInSet=6&queryId=c7ea2590-6b6f-4279-aae7-ed3e4c50616f>
- Vazano, I., Rajngewerc, M., Compagnucci, M., et al. (2024). Presentación para el encuentro 3 de ALTa Ciencia Abierta: Las cohortes de formación para extender los principios de la ciencia abierta en América Latina y más allá. *Zenodo*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12702352>
- Wilkinson, M., Dumontier, M., Aalbersberg, I. J., et al. (2016). The FAIR guiding principles for scientific data management and stewardship. *Scientific Data*, 3(1), Article 160018. <https://doi.org/10.1038/sdata.2016.18>

## COMPETENCIAS DE INNOVACIÓN EN EL SECTOR FRUTÍCOLA ECUATORIANO. ANÁLISIS SITUACIONAL

### INNOVATION COMPETENCIES IN THE ECUADORIAN FRUIT SECTOR. SITUATIONAL ANALYSIS

*Narcisa De Jesús Núñez Gallardo, Melannie Nicole Borbor Núñez, Martín Luis Castillo Veloz, Luis Asencio Cristóbal*

*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

Este artículo aborda el estudio de las ciencias administrativas, enfocándose en las competencias de innovación y su relación con el desempeño del sector exportador. El propósito principal fue responder a la pregunta: ¿Cómo impacta el bajo desarrollo de competencias de innovación en el desempeño exportador del sector frutícola? El objetivo general fue examinar las competencias de innovación que influyen en las empresas frutícolas ecuatorianas. La metodología utilizada combinó enfoques cualitativos y cuantitativos, siendo descriptiva y basada en los métodos inductivo-deductivo y analítico-sintético. Se aplicaron encuestas con escala Likert a una muestra no probabilística de una población finita. Los resultados mostraron que las empresas de dicho sector presentan una heterogeneidad del 73,23% en competencias de innovación, y una homogeneidad del 41,52% en desempeño exportador. Las principales conclusiones indican que: 1) El bajo desarrollo de competencias de innovación, caracterizado por una alta heterogeneidad, afecta negativamente el desempeño exportador, limitándose principalmente al control estético del producto. 2) Estas competencias están fundamentadas en teorías administrativas relacionadas con el diseño y el aprendizaje organizacionales, lo que requiere la generación de conocimiento. 3) Las empresas exportadoras frutícolas sobresalen como poco innovadoras, con una creatividad limitada y una comunicación externa poco eficiente.

**Palabras clave:** Competencias de innovación, Desempeño exportador, Sector frutícola.

#### Abstract

This article addresses the study of administrative sciences, focusing on innovation competencies and their relationship with the performance of the export sector. The main purpose was to answer the question: How does the low development of innovation competencies impact the export performance of the fruit sector? The general objective was to examine the innovation competencies that influence Ecuadorian fruit companies. The methodology used combined qualitative and quantitative approaches, being descriptive and based on inductive-deductive and analytical-synthetic methods. Likert-scale surveys were applied to a non-probabilistic sample of a finite population. The results showed that the companies of this sector present a heterogeneity of 73.23% in innovation competencies, and a homogeneity of 41.52% in export performance. The main conclusions indicate that: 1) The low development of innovation competencies, characterized by high heterogeneity, negatively affects export performance, mainly limited to the aesthetic control of the product. 2) These competencies are based on administrative theories related to organizational design and learning, which requires the generation of knowledge. 3) Fruit exporting companies stand out as not very innovative, with limited creativity and inefficient external communication.

**Keywords:** Innovation Competencies, Export Performance, Ecuadorian Fruit Sector.



## 1. Introducción

Las competencias de innovación, CDI sus siglas en español, son habilidades fundamentales que las personas deben poseer para impulsar el cambio y generar valor en las organizaciones, debido a que toda empresa requiere implementar acciones de diversa complejidad (Aznar et al., 2016).

Por su parte, el desempeño exportador (DE) se refiere a la efectividad y éxito de las empresas en la venta de productos en el mercado internacional, evaluándose a través de aspectos económicos, operativos y estratégicos. Este indicador permite medir la participación en el mercado global, el manejo de inversiones y la efectividad de las estrategias competitivas (Valencia et al., 2021).

La presente investigación se centra en analizar cómo las competencias de innovación (CDI) influyen en el desempeño exportador (DE) de las empresas frutícolas ecuatorianas, con la pregunta central:

¿Cómo impacta el bajo desarrollo de CDI en el DE del sector frutícola? Desde la perspectiva administrativa, las CDI se enfocan en el desarrollo de capacidades del trabajador dentro de la organización. Existen varios modelos, como las competencias de Cognición, Aprendizaje, Diseño Organizacional y la Visión

basada en el conocimiento, que resaltan elementos como la Innovación Abierta y la Cultura Organizacional. Además, el modelo FINCODA (Framework for Innovation Competences and Assessment), diseñado para evaluar habilidades innovadoras, aunque orientado inicialmente al ámbito educativo, es aplicable al sector laboral.

En la ciencia económica, las CDI también se valoran, aunque se prioriza el capital productivo sobre el talento humano, destacando maquinaria y tecnología.

### Competencias de innovación

El concepto de competencias de innovación (CDI) integra la creatividad, que se define como la capacidad de romper con lo convencional para generar soluciones alternativas. Esto se relaciona con el intraemprendimiento, que implica autonomía en las acciones operativas, junto con la búsqueda de información necesaria para identificar y proponer soluciones que sean eficientes, efectivas y originales (Simon, 2016).

La CDI puede ser tratada por varios tipos que son consideradas tradicionales. Requiere de una estrategia planificada con objetivos claros. El entorno de la organización está determinado por la cultura propicia y agradable. Los procesos ayudan a materializar las ideas y la técnica concentra método y herramientas tecnológicas avanzadas.

Su métrica permite hacer una mejor evaluación y determinar el impacto (Espinoza, 2016).

### Tipos de Competencias de Innovación

De acuerdo con Gómez et al. (2021), el Modelo de CDI de Watts destaca tres tipos de habilidades de innovación:

**Competencias individuales:** Se refieren a las habilidades personales necesarias para generar ideas creativas, evaluar ventajas y desventajas, usar recursos de manera ingeniosa.

**Competencias interpersonales:** Son las habilidades de comunicación, colaboración y trabajo en equipo que permiten establecer relaciones efectivas con otros miembros de la organización y actores externos, fomentando la creación de redes y el intercambio de conocimientos para promover la innovación colectiva.

**Competencia en la creación de redes:** Se refiere a la capacidad de establecer y mantener relaciones interorganizacionales que faciliten el flujo de información, productos, servicios y talento entre diferentes partes del entorno empresarial. Esta competencia es fundamental para la colaboración y la generación de oportunidades innovadoras dentro de las organizaciones.

**El desempeño exportador:** El desempeño exportado debe entenderse como la participación de una organización empresarial en el contexto del comercio mundial, con la finalidad de obtener beneficios económicos por medio de una máxima ganancia (ingreso monetario), por concepto de la venta de sus bienes o prestación de servicios (Valencia et al., 2021).

El DE también puede ser conocido como sinónimo de éxito exportador, definido como un índice compuesto por cuatro variables **1)** Continuidad en el tiempo, **2)** Exportación diversificada, **3)** Acceso en función a los acuerdos comerciales, **4)** Crecimiento dinámico (Palacios y Saavedra, 2016).

La noción del DE también es considerada multidimensional, debido a sus diversas facetas que pueden estar involucradas y su alcance en otras áreas como lo económico, estratégico y de rendimiento, lo cual permite que sea susceptible de un seguimiento constante y detallado.

Este enfoque integral facilita una comprensión más completa de cómo las actividades exportadoras influyen en diferentes aspectos de la organización, permitiendo ajustes estratégicos (Horta, 2015).

La evaluación de este constructo denominado DE, puede llevar a cabo por varias dimensiones muy básicas.

En primera instancia puede ser por indicadores elementales como: **1)** Población de empresas exportadoras es el número total (o proporción total) de unidades productivas que alcanzan a colocar su producción en los mercados internacionales y **2)** Concentración es el tamaño de la agrupación de empresas que llegan a liderar en el campo de la exportación sobre un cierto producto o son representativos en un tipo de sector productivo.

En una segunda instancia está la evaluación por rotación de empresas exportadoras. En este sentido, **1)** Facilidad de entrada que es medida como tasa de velocidad para comenzar a incursionar en el mercado internacional; **2)** Facilidad de salida como la tasa de velocidad para salir de la actividad de exportar; **3)** Estabilidad es la tasa de permanecer en la actividad exportadora por un lapso de tiempo; **4)** Reinserción es la tasa de ausencia temporal para aquellas empresas que dejaron de exportar por un mediano o largo tiempo.

En tercera y última está la dinámica empresarial. Ella se mide desde **1)** La variación anual en el número de organizaciones que incursionan en el mundo exportador, y **2)** La diversidad y estabilidad de una entidad con base a su conjunto de operaciones productivas relacionadas exclusivamente con la actividad exportadora.

## 2. Metodología

El presente trabajo se caracteriza por ser una investigación de tipo no experimental. Hace referencia a que no existe una variable independiente/exógena, por lo cual, el esfuerzo no se dirige a averiguar cuál es la causa del DE ni de la CDI, dentro del contexto del sector frutícola exportador.

Además, se lleva a cabo en un marco de tiempo presente, sin que esto indique una continuidad futura. La parte transversal no es un estudio ni análisis continuo en el tiempo de la CDI ni del DE. Por ende, tampoco de sus dimensiones o de sus indicadores.

El enfoque mixto está compuesto por aspectos técnicos de las vertientes cualitativa y cuantitativa. Esto permite una aproximación más cercana al objeto de estudio. Así, se hace constante la búsqueda teórica sobre el fenómeno susceptible a estudiar y generar conocimiento general o específico de una forma sistemática, generar insumos para desarrollar nuevas teorías (Lifeder, 2020).

Al respecto, lo cualitativo está identificado en las categorías a escoger por indicador que contiene el instrumento de la encuesta. El otro aspecto es lo cuantitativo y se halla, no solo en la cuantificación de los resultados, sino también, en la manera de analizarlos

con la ayuda de indicadores estadísticos de tipo descriptivo.

Tales indicadores son la media o promedio  $\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$  que ayuda en

estandarizar en un solo valor de

tendencia central de una serie de valores, la desviación típica  $\sigma = \sqrt{\frac{\sum n(x_i - \bar{x})^2}{N}}$

para obtener el valor de la distancia media de cada dato observado en relación a la media, el coeficiente de variación  $CV = \frac{\sigma}{\bar{x}}$  es aquella proporción

que relaciona la desviación sobre la media, asimetría  $As = \frac{3(\bar{x} - Me)}{s}$

permite señalar la existencia de mayor cantidad de datos por encima o por debajo de la media y por último, curtosis

$k = \frac{\sum n (x_i - \bar{x})^4}{NS^4}$  señala que puede

haber evidencia de valores extremos fuertes y pueden ubicarse en alguno de los dos extremos (Webster, 2000). Estos indicadores son aplicados a los resultados sobre las CDI y el DE, para las empresas exportadoras dentro del sector frutícola.

En el trabajo, se presenta el diagnóstico sobre la situación de la CDI y del DE, de las empresas frutícolas del país. Así, se extraen aquellas características que pueden formar parte de la explicación sobre las tendencias en fortalezas y debilidades, y además de sus posibles ventajas y desventajas. En este sentido,

la información analizada con la técnica e instrumentos dentro del campo cuantitativo, que permite llegar a conclusiones razonadas sobre el objeto de estudio que está compuesto por la CDI y DE en las empresas dentro del sector frutícola.

El trabajo de investigación comienza por el camino de lo inductivo, que se basa en la información previamente buscada y obtenida de diversos estudios. Esta información es reafirmada, contrastada, o incluso negada para reformular teorías existentes, con el objetivo de adaptar y enriquecer el conocimiento actual.

En su afán máximo, el estudio busca crear una nueva teoría que describa y explique de manera más precisa la CDI y el DE, en las empresas dentro del sector frutícola, proporcionando así una comprensión más profunda y actualizada de estos fenómenos en el contexto específico.

Desde el enfoque cuantitativo, es utilizada la encuesta caracterizada por un cuestionario que contiene una serie de preguntas, con las cuales es posible acopiar las respuestas y hacer una caracterización del objetivo para luego poder medirlas (Hernández et al., 2014).

El instrumento es el cuestionario de FINCODA. Se utiliza como medición la Escala de Likert propuesta de Rensis Likert (1932). La finalidad es evaluar



la opinión y actitudes. Las respuestas para cada pregunta están diseñadas originalmente desde ocho o más y puntuadas en rango, pero pensadas desde lo colectivo. Es muy utilizado para investigaciones de mercado. El supuesto se basa en que existe una linealidad de la fuerza que se mueve desde estar de acuerdo hasta el desacuerdo y también asume que es posible medirlas (Muguira, 2024).

De manera adicional, también es elaborada otro tipo de baremos que es aplicado para hacer discreción en el criterio desde el valor de la media (Tabla 1). De esta manera, puede determinarse, desde el punto de vista descriptivo, la ubicación de los datos, por encima o por debajo de aquel valor de tendencia central, para llegar a una reflexión de tipo analítica con base a la información tabulada de la encuesta.

**Tabla 12. Tabla de Baremo para analizar la media aritmética de los datos sobre CDI y DE por indicador**

| Clase         | Media aritmética | Interpretación   |
|---------------|------------------|------------------|
| Entre 0 a 1,9 | Muy baja         | Muy poco acuerdo |
| Entre 2 a 2,9 | Baja             | Poco acuerdo     |
| Entre 3 a 3,9 | Moderada         | Mediano acuerdo  |
| Entre 4 a 4,9 | Alta             | Existe acuerdo   |
| Entre 5 a 5,9 | Muy alta         | Mucho acuerdo    |

También, se aplica el criterio del baremo a base de la media aritmética para el análisis de los resultados que se obtengan desde el enfoque de categoría Likert (Tabla 2). Esta tiene la misma lógica que la tabla anterior, solo que difiere en la clase. Pues, los valores obtenidos son más elevados.

**Tabla 13. Tabla de Baremo para analizar la media aritmética de los datos sobre CDI y DE por Escala de Likert**

| Clase           | Media aritmética | Interpretación   |
|-----------------|------------------|------------------|
| Entre 0 a 9,9   | Muy baja         | Muy poco acuerdo |
| Entre 10 a 19,9 | Baja             | Poco acuerdo     |
| Entre 20 a 29,9 | Moderada         | Mediano acuerdo  |
| Entre 30 a 39,9 | Alta             | Existe acuerdo   |
| Entre 40 a 49,9 | Muy alta         | Mucho acuerdo    |

La población delimitada comprende a organizaciones dentro del sector frutícola, se cuenta en 25 compañías en total, conforme a ciertas condiciones especiales. Están

ubicadas en la provincia del Guayas y operan por más de 10 años. Además, quedan excluidas las empresas de tamaño micro porque carecen de los recursos y la infraestructura necesarios para competir a gran escala y las empresas de tamaño grandes porque operan bajo un conjunto de condiciones y estrategias significativamente diferentes. Por lo tanto, la atención del análisis está centrada en las PYMES porque proporciona una visión más clara y relevante de las oportunidades y obstáculos en el sector.

Para el presente documento, la muestra son 25 compañías resulta apropiada porque cumple con las condiciones de en la clasificación CIIU con A0122.09, están formalmente registradas y presentan sus estados financieros con corte al año 2023. La composición de la muestra son 18 unidades productivas de tamaño pequeñas y 7 medianas. Constituidas en su forma jurídica como limitadas y anónimas. Son exportadoras por cumplir con las normativas y requisitos locales e internacionales.

### 3. Resultados

#### Competencia de innovación

Analizando los datos en armonía con su promedio respecto por cada dimensión ofrece una perspectiva diferente. El total de las respuestas categóricas por cada dimensión resultan en una misma

suma de 21 datos en total y con un mismo valor de media aritmética igual a 4,2. Aplicando el baremo con base a la media, desde un enfoque descriptivo, el análisis indica que la tendencia central cae en la clase entre 4 a 4,9. Es decir, la media de las opiniones apunta, a modo generalizado, a que las empresas exportadoras de fruta tropical presentan un alto nivel de existir acuerdo con cada una de las dimensiones que componen a la variable CDI.

Por otro lado, si bien la opinión generalizada apunta a estar a favor con las CDI, el análisis por medio de la aplicación con el baremo a base del coeficiente de variación permite diferenciar criterios por dimensión e identificar el modo de funcionamiento interno en las organizaciones frutícolas que exportan (Tabla 3). Según los resultados calculados, las dimensiones como iniciativa, trabajo en equipo y pensamiento crítico resulta ser capacidades muy heterogéneas entre los miembros de las organizaciones, ya que tienen variación de más del 90%. En el caso de la creatividad y trabajo en red son heterogéneas, pero en menor grado, es decir, los trabajadores realizan sus labores con una relativa baja individualidad.

**Tabla 14. Baremo para coeficiente de variación e interpretación por dimensión en las CDI**

| Dimensión           | Coeficiente de variación | Interpretación  |
|---------------------|--------------------------|-----------------|
| Creatividad         | 66,07%                   | Heterogéneo     |
| Iniciativa          | 98,74%                   | Muy heterogéneo |
| Trabajo en Equipo   | 92,83%                   | Muy heterogéneo |
| Trabajo en Red      | 66,07%                   | Heterogéneo     |
| Pensamiento Crítico | 97,30%                   | Muy heterogéneo |

Tácitamente, desde el enfoque de análisis puramente descriptivo, las siete empresas que participaron en la encuesta proporcionaron información total de 105 respuestas absolutas en la variable CDI (Tabla 4). Es decir, 43 respuestas son opiniones de estar muy de acuerdo, 27 algo de acuerdo, 20 están neutrales, 13 algo de acuerdo y 2 muy desacuerdo. Cada uno de los valores anteriores se suma de manera escalonada para obtener la frecuencia absoluta acumulada. De esta manera, puede afirmarse que, de las 105 respuestas en total, hasta 70 respuestas de opinión corresponden a las dos primeras categorías que hacen referencia en estar de acuerdo con las CDI. En cambio, los 35 restantes están

acumuladas en las tres categorías posteriores. Luego, cada valor de la frecuencia absoluta por categoría es dividida para el total de 105 con la finalidad de obtener la frecuencia relativa. Así, la categoría muy de acuerdo representa el 40,95% de las opiniones, algo de acuerdo son 25,71%, la neutral son 19,05%, algo desacuerdo con 12,38% y muy desacuerdo en 1,90%. La frecuencia acumulada relativa de las opiniones contadas nos ofrece la información de que el 80% acumulado de las respuestas concentra las dos primeras categorías de muy y algo de acuerdo. En cambio, el 20% restante se reparten entre las categorías de neutral y desacuerdo.

**Tabla 15. Tabulación estadística en frecuencias para la categoría CDI**

| Escala                      | Frecuencia absoluta | Frecuencia absoluta acumulada | Frecuencia relativa | Frecuencia relativa acumulada |
|-----------------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------------------|
| Muy de acuerdo              | 43                  | 43                            | 40,95%              | 40,95%                        |
| Algo de acuerdo             | 27                  | 70                            | 25,71%              | 66,67%                        |
| Ni de acuerdo ni desacuerdo | 20                  | 90                            | 19,05%              | 85,71%                        |
| Algo desacuerdo             | 13                  | 103                           | 12,38%              | 98,10%                        |
| Muy desacuerdo              | 2                   | 105                           | 1,90%               | 100%                          |
| <b>Total</b>                | <b>105</b>          |                               | <b>100%</b>         |                               |

Las categorías anteriores, analizadas por medio de estadísticos descriptivos ofrecen otra perspectiva.

El valor medio de todos los datos indica que son  $\bar{x} = \frac{105}{5} = 21$  resultados y se ubica por encima de la categoría neutral. La distancia dispersa respecto a la media es  $\sigma = 15,4$  equivalentes al coeficiente de variación  $CV = \frac{15,4}{21} = 0.7333$  o 73,23%.

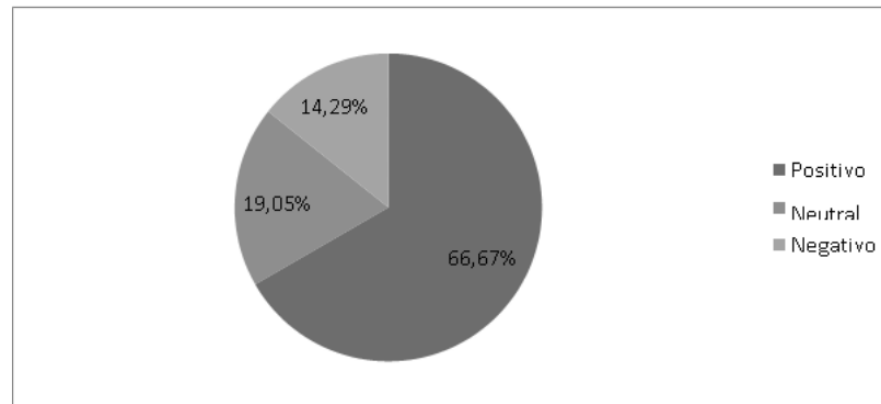
El coeficiente de asimetría indica que hay  $As = 4,0$  de las respuestas por encima de su media y la curtosis igual a  $K = 2,7$  señala que hay concentración en magnitud en las dos primeras categorías del extremo superior al promedio.

De esta manera, con base al baremo de media aritmética, dado que es valor de 21, hace que caiga en la clase entre 21 y 29,9. Lo que indica que, desde

un enfoque descriptivo, la opinión general por parte de los encuestados se encuentra en una categoría de medianamente de acuerdo. Según el baremo de variación, toda la categoría CDI tiene coeficiente de variación igual a  $CV = \frac{15,4}{21} = 0.7323$  o 73,23%. Esto hace ubicarse en la clase compuesta entre 50,1 a 75 por ciento. Lo que indica que al interior de las organizaciones frutícolas encuestadas están caracterizadas como heterogéneas.

En otras palabras, las competencias de innovación por parte de los trabajadores funcionan con cierto grado moderado de individualidad. Otra perspectiva de las categorías sobre CDI pueden ser representadas como algo positivo, neutral o negativo para la organización (Figura 1).

**Fig. 3. Clasificación según percepción para la categoría Competencias de Innovación**



### Desempeño exportador

Como el total de respuestas por dimensión son 21, la media son 4,2. Igualmente, como en la variable CDI, cuando es aplicada el mismo criterio del baremo a base de la media para la variable DE, el resultado es que cae en la clase entre 4 y 4,9. De esta manera, las opiniones de las empresas exportadoras de frutas caen en un nivel alto para afirmar, desde un punto de vista puramente descriptivo, que existe acuerdo en la variable desempeño exportador. Aplicando el criterio del baremo con base al coeficiente de

variación para cada dimensión conforme la categoría DE resulta en diferentes interpretaciones (Tabla 5). Las organizaciones del sector frutícola que son encuestadas muestran funcionar de modo únicamente homogéneo cuando se trata de adaptar el producto a la demanda.

Es decir, los esfuerzos de producción apuntan la resiliencia del mercado, vía cumplimiento de la satisfacción de las necesidades del cliente. Frente al resto de indicadores, no dan muestra de ser muy unidas al interior.

**Tabla 16. Baremo para coeficiente de variación e interpretación por dimensión en el DE**

| Dimensión                             | Coeficiente de variación | Interpretación  |
|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|
| Requerimientos de ingreso al mercado. | 83,16%                   | Muy heterogéneo |
| Adaptación del producto a la demanda. | 31,04%                   | Homogéneo       |
| Canales de comercialización.          | 51,62%                   | Heterogéneo     |
| Disponibilidad de financiamiento      | 126,44%                  | Muy heterogéneo |

El total de respuestas absolutas de opinión son 84. Este valor es el resultado de la suma de todas las cantidades para cada categoría Likert. Así, muy de acuerdo son 28, algo de acuerdo con 17, ni de acuerdo ni desacuerdo con 16, algo desacuerdo con 14, y muy desacuerdo con 9. Con la frecuencia absoluta acumulada, la categoría muy de acuerdo más la categoría algo de acuerdo concentran 45 opiniones a favor.

En cambio, la categoría neutral y las dos que hacen referencia a las opiniones en desacuerdo, las tres reúnen el saldo restante de 39 respuestas. La frecuencia relativa indica que, de los 84 valores de

opinión, la opción de muy de acuerdo representa el 33,33% y estar algo de acuerdo con 20,24%. En el caso de la categoría neutral pesa 19,05%. Estar algo desacuerdo son 14 con 16,67% y estar desacuerdo con 10,71%.

Finalmente, la frecuencia relativa acumulada permite señalar que las dos Escalas de Likert que hacen referencias a una opinión favorable por estar de acuerdo son el 53,57%. Si a este valor se suma la opinión sobre indiferencia, representada en la categoría de ni de acuerdo ni desacuerdo, aumenta hasta alcanzar el 72,62%. En otras palabras, las tres categorías representan menos del 80% de los resultados (Tabla 6).

**Tabla 17. Tabulación estadística en frecuencias para la Categoría Desempeño Exportador**

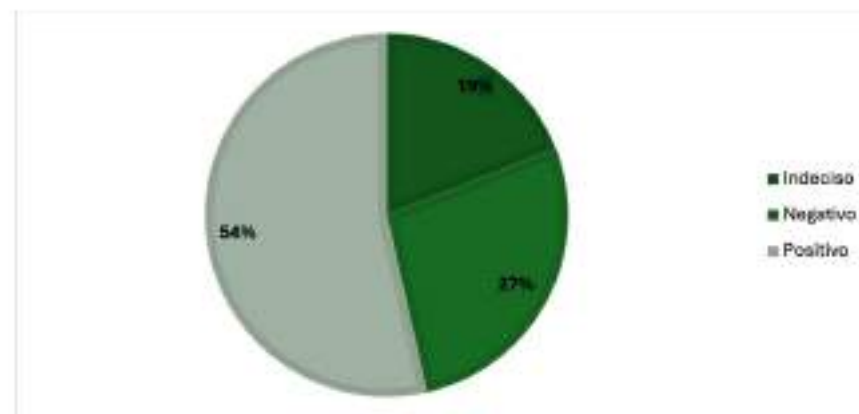
| Escala                      | Frecuencia absoluta | Frecuencia absoluta acumulada | Frecuencia relativa | Frecuencia relativa Acumulada |
|-----------------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------------------|
| Muy de acuerdo              | 28                  | 28                            | 33,33%              | 33,33%                        |
| Algo de acuerdo             | 17                  | 45                            | 20,24%              | 53,57%                        |
| Ni de acuerdo ni desacuerdo | 16                  | 61                            | 19,05%              | 72,62%                        |
| Algo desacuerdo             | 14                  | 75                            | 16,67%              | 89,29%                        |
| Muy desacuerdo              | 9                   | 84                            | 10,71%              | 100%                          |
| <b>Total</b>                | <b>84</b>           |                               | <b>100%</b>         |                               |

El promedio total es  $\bar{x} = \frac{84}{5} = 16,8$  y se ubica ocho décimas por encima de la categoría neutral. La dispersión es  $\sigma = 7$  alrededor del promedio. El coeficiente de variación en  $CV = \frac{7}{16,8} = 0.4154$  o **41,54%**. La asimetría indica sesgo por encima de la media en  $As = 1,11$  y con alto valor de curtosis  $k = 2,28$  indicando que hay magnitudes de gran valor superior a la media. Haciendo el contraste con el baremo a base de la media aritmética puede afirmarse, desde el punto de vista descriptivo, que la media de 16,8 cae en la clase entre 10 a 19,9 lo que significa que es de nivel bajo. Por lo tanto, las opiniones en general, se encuentran en la categoría de poco de acuerdo.

De igual manera, contrarrestando con el baremo a base del coeficiente de variación, con un valor de 41,54% cae en la clase entre 25,1 y 50 por ciento. Esto permite afirmar que, desde el enfoque descriptivo, el resultado global de las opiniones apunta a que existe poca variación. Es decir, en este aspecto hay una especie de homogenización en las gestiones que padecen las empresas del sector frutícola exportador.

Respecto a la percepción del DE, estar de acuerdo resultan positivas en 53,57%. El desacuerdo son 27,38% negativo. Los indecisos en 19,05%. Tal vez no tiene la necesidad de llevar a cabo estrategias exigentes (Figura 2).

**Fig. 4. Clasificación según percepción para la categoría Desempeño Exportador**



#### 4. Conclusiones

Las dimensiones de las competencias de innovación (CDI), así como la iniciativa, el trabajo en red y el pensamiento crítico, presentan un bajo desarrollo, reflejando una dispersión muy elevada superior al 90%. En contraste, la creatividad y el trabajo en red muestran una menor dispersión, con una variación cercana al 66%, lo que sugiere una menor heterogeneidad y un enfoque menos individualista en el trabajo colaborativo.

Con relación a las dimensiones del desempeño exportador (DE), las organizaciones enfrentan varios desafíos para superar los obstáculos del comercio exterior. La adaptación del producto a la demanda en el mercado consistente con

una variación del 31%, es una dimensión que las empresas pueden controlar. Sin embargo, la búsqueda de canales de comercialización presentan una variación del 52%, los requerimientos para ingresar al mercado alcanzan un 83% y la disponibilidad de financiamiento llega al 126%. Estos aspectos se consideran incontrolables y reflejan la necesidad de mayores esfuerzos colectivos para reducir estas cifras.

Por lo tanto, desde un enfoque descriptivo, la evidencia empírica muestra que las competencias de innovación presentan un bajo desarrollo, caracterizado por una alta heterogeneidad en los trabajadores que conforman a las organizaciones y esto afecta al desempeño exportador de manera que solo es permitido controlar

la apariencia del producto y quedan vulnerables en otros aspectos que contribuyan a un mejor desempeño en el comercio exterior.

Contestando las preguntas como: ¿Cuáles son los modelos sobre CDI más representativos y que mejor expliquen el perfil de los empresarios exportadores de frutas? La respuesta es muy básica.

Tenemos el diseño organizacional porque explica que hay toda una estructura ordenada y con fines determinados. Luego está la teoría de cognición y aprendizaje que resalta la importancia de adquirir conocimiento, y una organización puede ser fuente de aquello. También está la teoría con base al conocimiento, aunque es un poco más ambiciosa en el sentido que avizora una sociedad que hace constante investigación, y esta característica investigativa no es para todo tipo de compañías.

Por último, la teoría de capacidades dinámicas e innovación es más adecuada, pero limitada, pues subyace de todas las anteriores, aunque con un claro enfoque a desarrollar las denominadas CDI, siendo: Creatividad, Iniciativa, Trabajo En Equipo, Trabajo En Red y Pensamiento Crítico.

La evidencia empírica permite identificar que las dimensiones, creatividad y trabajo en red, con su 66% de variación,

están más cercas de un leve desarrollo. Pero aún quedan muy vagas para ser consideradas fuertes dentro de las organizaciones. En cuanto a la creatividad, existe un consenso claro en que la generación de nuevas ideas, métodos, técnicas e instrumentos debe romper con lo tradicional.

Aunque es necesario innovar, no siempre es esencial recurrir a experimentos para resolver problemas. En el trabajo en red es más importante ampliar el conocimiento que trabajar con otros grupos multidisciplinarios o compartir información con personas ajenas a la organización.

Por tanto, las empresas exportadoras del sector frutícola siguen destacándose como organizaciones poco innovadoras debido a su creatividad limitada y con cierto ostracismo comunicativo.

Aunque muestran disposición para mejorar internamente y adquirir nuevos conocimientos, lo hacen sin examinar alternativas para resolver problemas o compartir ese conocimiento, lo que limita su capacidad de innovación y colaboración efectiva.

## 5. Referencias

- Aznar, L., Pérez, M., Montero, B., González, F., Marín, J., & Atarés, L. (2016). Indicadores de comportamiento de la competencia de innovación en el ámbito académico y en el profesional: revisión de la literatura. Congreso In-Red. Congreso nacional de innovación educativa y de
- Docencia en Red (págs. 1-12). Universitat Politècnica de València. <http://dx.doi.org/10.4995/INRED2016.2016.4389>
- Espinoza, E. (30 de octubre de 2016). Gestión de la innovación. Blog Medium. <https://medium.com/@edw.espinoza/gestion-de-la-innovacion-208b3ca59061>
- Gómez, P., Núñez, m., y Esparza, I. (2021). Modelo estructural de las competencias de innovación en Latinoamérica. Evidencia en México, Colombia y Bolivia. Revista de Investigación Académica sin
- Frontera, 36(14), 1-19. DOI: <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi36.426>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (sexta ed.). Ciudad de México, McGraw-Hill Interamericana.
- Horta, R. (2015). Conceptualización del desempeño exportador: análisis de los avances en la literatura de los negocios internacionales. Oikos: Revista de la Escuela de Administración y Economía, 19(40), 137-150. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5880823>
- Lifeder. (19 de mayo de 2020). Enfoque de la investigación: tipos y características. Lifeder. <https://www.lifeder.com/enfoque-investigacion/>
- Muguira, A. (6 de julio de 2024). ¿Qué es la escala de Likert y cómo utilizarla? Blog QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>
- Palacios, P., y Saavedra, M. (2016). El Desempeño Exportador y la Innovación como una Estrategia de Crecimiento para la PYME en México. Mexicana de Economía y Finanzas, 11(2), 21-38. <https://acortar.link/LzeefM>
- Simon, D. (30 de mayo de 2016). La innovación como competencia y sus comportamientos asociados. Consultoría & Co. El portal de la consultoría. <https://consultoria-consultores.es/articulos/articulo-consultoria-la-innovacion-como-competencia-y-sus-comportamientos-asociados/>
- Valencia, M., Londoño, L., Vanegas, J., & Ramírez, G. L. (enero-julio de 2021). Eficiencia financiera y desempeño exportador: una aproximación empírica. Semestre Económico, 24(56), 77-103. <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v24n56/2248-4345-seec-24-56-77.pdf>
- Webster, A. (2000). Estadística aplicada a los negocios y la economía. Tercera edición. Bogotá, Colombia: Irwin Mc. Graw-Hill.





## COMPORTAMIENTO TURÍSTICO: MOTIVACIONES Y PREFERENCIAS DE LOS VIAJEROS DE GUAYAQUIL PARA LA ELECCIÓN DE DESTINOS DE VIAJE

### TOURIST BEHAVIOR: MOTIVATIONS AND PREFERENCES OF GUAYAQUIL TRAVELERS FOR THE CHOICE OF TRAVEL DESTINATIONS

*Shirley Carolina Segura Ronquillo, Melanie Gabriela Quezada Viteri, Elvis Ney Alvarado Morocho*  
*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

La elección de destinos turísticos es un aspecto fundamental en la experiencia del viajero que repercute directamente en la demanda de turismo que es de interés para los gobiernos y prestadores de servicios que ven en la actividad turística una fuente de empleo e ingresos sostenibles en el tiempo. El estudio del comportamiento de los viajeros guayaquileños de 25 a 35 años ayuda a comprender sus motivaciones y preferencias que son fundamentales para la oferta de turismo. Esta investigación, basada en una encuesta estructurada, tiene como objetivo analizar el comportamiento turístico de los guayaquileños a través del estudio de sus motivaciones y preferencias de viaje y cómo estos factores influyen en sus decisiones para la elección de destinos de viaje. Los hallazgos ofrecen valiosa información para los prestadores turísticos, quienes podrán adaptar sus ofertas de viaje para satisfacer las necesidades y deseos específicos de este segmento de viajeros cuya relevancia radica en su especial interés hacia el uso de herramientas digitales para la toma de decisiones y sus preferencias hacia lo sostenible. Asimismo, se subrayan las implicaciones prácticas en la mejora de la infraestructura de servicios de información y el diseño de productos turísticos que generen experiencias memorables. Finalmente, se sugieren futuras líneas de investigación centradas en la medición de la calidad de la experiencia turística y la efectividad de la oferta de viajes programados, lo que permitirá seguir enriqueciendo el sector turístico en la región.

**Palabras clave:** Experiencia turística, comportamiento del viajero, motivaciones de viaje, preferencias turísticas, decisiones de viaje.

#### Abstract

The choice of tourist destinations is a fundamental aspect in the traveler's experience that has a direct impact on the demand for tourism that is of interest to governments and service providers who see tourism activity as a source of employment and sustainable income over time. The study of the behavior of Guayaquil travelers between 25 and 35 years old helps to understand their motivations and preferences that are fundamental for the tourism supply. This research, based on a structured survey, aims to analyze the tourist behavior of Guayaquil residents through the study of their travel motivations and preferences and how these factors influence their decisions for the choice of travel destinations. The findings offer valuable information for tourism providers, who will be able to adapt their travel offers to satisfy the specific needs and requests of this segment of travelers whose relevance lies in their special interest in the use of digital tools for decision-making and their preferences towards sustainability. Likewise, the practical implications in improving the infrastructure of information services and the design of tourism products that generate memorable experiences are highlighted. Finally, future lines of research are suggested focused on measuring the quality of the tourist experience and the effectiveness of the offer of scheduled trips, which will continue to enrich the tourism sector in the region.

**Keywords:** Tourist experience, traveler behavior, travel motivations, tourist preferences, travel decisions.

## 1. Introducción

El turismo es un sector fundamental para la economía global. La reactivación turística tras la emergencia sanitaria ha resaltado la importancia de comprender mejor los cambios en las necesidades y deseos del consumidor con el fin de ofrecer productos y servicios que satisfagan plenamente sus necesidades.

La elección de un destino turístico es un proceso complejo que refleja no solo las preferencias individuales de los viajeros, sino también sus motivaciones y comportamientos de viaje que cobran especial relevancia debido a la riqueza cultural, natural y social que ofrece y rodea a la ciudad de Guayaquil y la versatilidad que caracteriza a sus habitantes a la hora de tomar decisiones de viaje.

Este estudio es de especial interés para comprender el perfil sociodemográfico del viajero guayaquileño de 25 a 35 años, sus motivaciones, preferencias y comportamiento. Este grupo etario perteneciente a la generación milenials o generación Y, tiene relevancia en este estudio ya que representan el 17% de la población de Guayaquil y el 40% de viajeros, además de ser la oferta de empleo joven, crecieron en un entorno marcado por la transición de la era analógica a la digital, el cambio de milenio que representó en ellos la adopción de las herramientas digitales

para su desarrollo tanto personal como profesional que influenció en su forma de trabajar, comunicarse y relacionarse, adoptando estilos de vida que aprecian la flexibilidad, el teletrabajo y trabajo remoto, orientados a la preocupación por el ambiente y la sostenibilidad, respetan la diversidad y el multiculturalismo, valoran las experiencias, por lo cual, dedican parte de sus ingresos a viajar (Kiss, 2024).

Los resultados de esta investigación se espera que sean de aporte para los actores del sector turístico que deseen adaptar su oferta a las necesidades e intereses de este segmento demográfico estudiado.

El análisis del comportamiento de los consumidores en relación con la forma en que eligen adquirir, utilizan y desechan bienes y servicios para satisfacer sus necesidades (Orellana, 2022) ayuda a comprender sus motivaciones y preferencias al momento de tomar decisiones (Pérez et al., 2023).

Factores personales como la edad, ingresos y personalidad, así como los factores sociales y culturales, juegan un papel crucial en el comportamiento del consumidor (Orellana, 2022; Priyabrata y Dhananjay, 2022).

En el ámbito del turismo, se consideran la actitud y las normas subjetivas como factores influyentes en la intención de

comportamiento del consumidor hacia un destino. Pérez et al. (2023) indican que las intenciones pueden predecir el comportamiento de manera precisa.

La investigación sobre el comportamiento turístico ha aportado información valiosa sobre las motivaciones y preferencias de los viajeros que a raíz de la pandemia de COVID-19 que ha provocado cambios drásticos en las preferencias de los turistas, favoreciendo destinos naturales y locales, así como un aumento en la demanda de alojamientos que ofrecen mayor seguridad (Mendieta, 2023).

Además, ha surgido un mayor uso de la tecnología para disfrutar de experiencias virtuales en lugar de viajes físicos. El comportamiento turístico es un fenómeno complejo que involucra diversas motivaciones y preferencias, influido por factores internos y externos (Crespo y Soria, 2019).

Estos factores abarcan desde los atractivos inherentes de un destino hasta influencias culturales y sociales. La familia, como núcleo primario, tiene un impacto significativo en las decisiones de viaje a lo largo del ciclo de vida familiar. Asimismo, el rol social y las creencias del individuo moldean sus percepciones y elecciones de destino y actividades. Los factores económicos y demográficos, como los ingresos y el envejecimiento, también son determinantes cruciales en

las decisiones de viaje en un contexto tanto global como local. Comprender esta complejidad es vital para desarrollar estrategias de marketing efectivas y atender las necesidades del mercado turístico (Crespo y Soria, 2019).

Molina et al. (2022) desarrolló un estudio en la zona 2 de Ecuador durante abril a septiembre de 2021 en el cual reveló una clara tendencia hacia destinos naturales y locales, con un aumento en la llegada de turistas nacionales y extranjeros. También se observa una correlación entre la formación académica, la ocupación y la demografía de los visitantes, lo que enfatiza la necesidad de comprender las motivaciones y preferencias de los turistas para diseñar estrategias de promoción y gestión turística efectivas que fomenten el desarrollo económico local.

Un turista puede tener diversas necesidades que busca satisfacer; así mismo diferentes visitantes pueden participar en la misma actividad y obtener beneficios diversos de la experiencia. Es decir, que las motivaciones no surgen solo de manera individual sino que están relacionadas también con el contexto (Richards y Morrill, 2020) Por lo tanto, la motivación turística es un proceso dinámico que se ve influenciado por diferentes factores que modelan su comportamiento (Camellón et al., 2020) e incentivan la búsqueda de opciones donde las decisiones vacacionales son

influenciadas por diversas fuentes de información y obstáculos personales, sociales o emocionales (Crompton y McKay, 1997; Crompton y Petrick, 2024).

Las motivaciones turísticas surgen de necesidades insatisfechas y están influenciadas por experiencias previas, estilos de vida y la imagen que los individuos desean proyectar. Las motivaciones influyen en la selección de destinos y experiencias (Araújo Pereira y Sevilha Gosling, 2017) que abarcan desde el entretenimiento y el descanso hasta la exploración cultural e histórica (Dann, 1977; Ortiz et al., 2020).

También puede referirse que los factores de motivación más importantes son la relajación y escapar de lo ordinario (Rita et al., 2018) aunque pueden variar en función del tipo de producto turístico disponible y de los distintos segmentos del mercado (Sánchez et al., 2021).

Crespo y Soria (2019) indican que aspectos socioeconómicos, como ingresos, ocupación y educación, afectan las preferencias y la capacidad de gasto de los turistas. Además, la cultura influye en los deseos y comportamientos turísticos al transmitir normas y tradiciones. La estratificación social, la pertenencia a grupos de referencia y la influencia familiar también son determinantes en las decisiones de viaje (Ortiz y Torres, 2020).

Los factores que motivan a los viajeros

son fundamentales para la selección de destinos y la configuración de experiencias turísticas. Reinoso (2021) enfatiza la necesidad de segmentar el mercado turístico según las motivaciones para entender mejor los perfiles de los visitantes y ajustar las estrategias de marketing y la oferta turística. Así mismo es crucial alinear las motivaciones con las preferencias y experiencias previas para incrementar la satisfacción del viajero.

Las decisiones de viaje están determinadas en gran medida por las preferencias e influyen en sus decisiones y comportamientos (Li et al., 2021); estas preferencias se conforman por un lado con experiencias previas en el destino (Kim, et al., 2021), y por otro en base a referencias externas.

Estudios previos refieren que las actividades más atractivas en la selección de un destino están relacionadas con la oferta gastronómica local y hacer turismo en destinos cercanos o atracciones locales (Mendieta, 2023; Molina et al., 2022; Quiñónez et al., 2017; Rita et al., 2018); ha aumentado la preferencia por destinos naturales y locales, así como el uso de la tecnología para disfrutar de experiencias virtuales.

## 2. Metodología

Esta investigación presenta los resultados del estudio cuantitativo

desarrollado con la finalidad de conocer las motivaciones y preferencias que definen el comportamiento turístico de los viajerosm guayaquileños al momento de tomar decisiones de viaje.

Dado que el comportamiento turístico se define a través de las motivaciones y preferencias que orientan las decisiones de viaje (Crespo y Soria, 2019) esta investigación se fundamenta en un estudio descriptivo de datos de corte transeccional basados en una encuesta estructurada como instrumento de recolección de datos primarios.

Esta metodología fue adecuada para proporcionar una visión detallada y profunda de las variables considerando sus características y componentes (Ochoa y Yunkor, 2021; Ramos, 2020).

La encuesta se aplicó a una población de 381 guayaquileños de entre 25 y 35 años que han realizado al menos un viaje turístico (nacional o internacional) en los últimos 12 meses y se analizaron las variables comportamiento, motivaciones y preferencias, con relación a sus decisiones de viaje. La muestra se calculó con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% para una población de 418,522 guayaquileños, hombres y mujeres, de entre 25 y 35 años, según el último censo del país realizado por Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2022).

El diseño del cuestionario abarcó 24 variables estructurados en cuatro componentes: **1)** el perfil sociodemográfico con cinco preguntas relacionadas con la edad, género, estado civil, ocupación y nivel de ingresos); **2)** las motivaciones de viaje con dos preguntas que abarcó la valoración de diez ítems relacionados con estímulos para viajar y factores que definirían su factibilidad de hacerlo; **3)** las preferencias turísticas con diez ítems que valoraron preferencias por la atractividad de destinos, servicios turísticos en el destino, actividades a realizar, temporadas de viaje, clima, seguridad, accesibilidad, y satisfacción en relación a experiencias previas; **4)** comportamiento turístico que incluyó siete ítems orientados a definir sus intenciones al momento de tomar decisiones de viaje, tales como frecuencia, presupuesto de viaje, duración de viaje, distribución del gasto en alojamiento, transporte, entretenimiento, alimentación, factores que intervienen en sus decisiones y medios de información.

## 3. Resultados

Los resultados se presentan estructurados en función de los siguientes componentes:

- 1)** Perfil sociodemográfico,
- 2)** motivaciones,
- 3)** preferencias y,
- 4)** comportamiento.

1) Perfil sociodemográfico

Los resultados que se presenta en la tabla 1 revelan que el 58.50% de los guayaquileños encuestados se identifican con el género femenino. En la distribución por edad el 33.6% de los encuestados son guayaquileños de 25 años. La participación disminuye gradualmente con la edad, con un mayor interés en viajar entre los jóvenes de 25 a 29 años en comparación con los de 30 a 35 años. Este grupo demográfico revela una tendencia hacia la soltería con un 54.1% de encuestados que se identifican como solteros.

El 43.8% de los encuestados trabaja en el sector privado, mientras que el 22.6%

está empleado en el sector público; un 15% trabaja de forma independiente, y un 18.6% se dedica a estudiar. Estos resultados sugieren un nivel de ocupación e ingresos y una preferencia por la educación como una inversión de tiempo.

En relación con el poder adquisitivo para viajes, el 28.8% de los encuestados reporta ingresos menores a \$500, mientras que el 50.7% gana entre \$500 y \$1000, y un 20.5% supera los \$1000.

Estos datos reflejan una marcada estratificación social, indicando que más de la mitad de los encuestados tiene un ingreso que les permite ahorrar para viajes.

Tabla 18. Perfil sociodemográfico

| Variable          | Ítem           | Porcentaje (%) |
|-------------------|----------------|----------------|
| Género            | Femenino       | 58.5           |
|                   | Masculino      | 41.5           |
| Edad              | 25 años        | 33.6           |
|                   | 26 años        | 12.3           |
|                   | 27 años        | 12.1           |
|                   | 28 años        | 10.8           |
|                   | 29 años        | 10.8           |
|                   | 25 a 29 años   | 79.6           |
|                   | 30 a 35 años   | 20.4           |
| Estado civil      | Soltero        | 54.1           |
|                   | Conviviente    | 19.2           |
|                   | Casado         | 18.4           |
|                   | Divorciado     | 7.6            |
|                   | Viudos         | 0.7            |
| Ocupación         | Sector Privado | 43.8           |
|                   | Sector Público | 22.6           |
|                   | Independiente  | 15.0           |
|                   | Estudiantes    | 18.6           |
| Rango de ingresos | Menos de \$500 | 28.8           |
|                   | \$500 - \$999  | 50.7           |
|                   | Más de \$1000  | 20.5           |

Nota: Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

2) Motivaciones

La diversidad en las motivaciones sugiere la existencia de viajeros con prioridades específicas; una tendencia favorable hacia explorar nuevas culturas (32.8%) y el descanso (29.9%). Las prácticas de

aventura (18.6%), los lugares históricos (10.5%) y la conexión con la naturaleza (7.1%) tienen menor relevancia en las decisiones. Las estrategias de marketing y planificación de viajes pueden ajustarse a estas diferencias en las motivaciones de los viajeros.

Tabla 19. Principales estímulos para viajar

| Ítem                       | Porcentaje (%) |
|----------------------------|----------------|
| Explorar nuevas culturas   | 32.8           |
| Descanso y relajación      | 29.9           |
| Aventura                   | 18.6           |
| Conocer lugares históricos | 10.5           |
| Conexión con la naturaleza | 7.1            |
| Otros                      | 1.1            |

Nota: Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

Los factores determinantes para el 35.4% de los viajeros al elegir un destino de viaje (tabla 3) es el presupuesto, seguido por la disponibilidad de tiempo (31.5%) y las expectativas respecto

al destino (31.8%). Las experiencias pasadas en el destino, aunque tienen menos peso, también influyen en la decisión del viajero.

Tabla 20. Factores para la elección de un destino de viaje

| Factor                   | Porcentaje (%) |
|--------------------------|----------------|
| Disponibilidad de dinero | 35.4           |
| Disponibilidad de tiempo | 31.5           |
| Expectativas del destino | 31.8           |
| Época del año            | 30.2           |
| Experiencias previas     | 27.3           |

Nota: Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

3) Preferencias

el 56.7% de los guayaquileños considera que las preferencias son parcialmente determinadas por las recomendaciones de familiares y amigos en la elección de

un destino de viaje (tabla 4) mientras que un 30.4% se deja influir completamente. Esto indica que, aunque se valoran las opiniones de su entorno, no se basan únicamente en ellas.

Tabla 21. Referencias de amigos y familiares en la elección de destinos de viaje

| Influencia   | Porcentaje (%) |
|--------------|----------------|
| Parcialmente | 56.7           |
| Totalmente   | 30.4           |
| No influye   | 12.9           |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

En relación con la duración de las temporadas o tiempos de ocio para la selección de un destino las preferencias cambian considerablemente según la duración y el tipo de vacaciones. La tabla

5 evidencia un interés marcado por destinos internacionales para estancias más prolongadas y las opciones de destinos locales, dentro de Guayaquil, para excursiones o estancias cortas.

Tabla 22. Nivel de atractividad de tipo de destinos por temporada de viaje

| Tipo de Vacaciones | Destino Local | Destino Nacional | Destino Internacional |
|--------------------|---------------|------------------|-----------------------|
| Vacaciones         | Moderado      | Similar          | Más atractivo         |
| Feridos            | Popular       | Más atractivo    | Menos popular         |
| Fines de semana    | Más atractivo | Popular          | Menos atractivo       |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

La tabla 6 refleja el tipo de clima de preferencia como motivador para las decisiones de viajes; el 57.5% se

ven incentivados a viajar durante una temporada de clima fresco/templado, el 31.8% toma en cuenta un clima cálido.

Tabla 23. Clima preferido

| Clima Preferido | Porcentaje (%) |
|-----------------|----------------|
| Fresco/Templado | 57.5           |
| Cálido/Soleado  | 31.7           |
| Frío/Nevado     | 10.8           |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

La tabla 7 presenta el nivel de importancia de la gastronomía de la localidad a visitar para elegir un destino

de viaje; el 49.9% considera que la gastronomía influye significativamente en su decisión de viaje.

Tabla 24. Importancia de la Gastronomía Local

| Importancia de la Gastronomía    | Porcentaje (%) |
|----------------------------------|----------------|
| Muy importante                   | 49.9           |
| Poco importante                  | 26.2           |
| No determinante para su decisión | 23.9           |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

En relación con la influencia de la seguridad y estabilidad política del país o localidad de destino de visita (tabla 8), se identifica un 58.8% que concuerda con la importancia de estos dos factores al momento de elegir un destino; un

28.1% de los encuestados señala que este factor no es importante, y un 13.1% pertenece a un grupo de viajeros más aventureros que no lo toma en cuenta al tomar su decisión final de viaje.

Tabla 25. Importancia de la seguridad y estabilidad política de un país

| Influencia de Seguridad          | Porcentaje (%) |
|----------------------------------|----------------|
| Muy importante                   | 58.8           |
| Poco importante                  | 28.1           |
| No determinante para su decisión | 13.1           |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

La accesibilidad y el transporte son factores que se consideran al momento de elegir un destino (tabla 9). El 61.7% consideran esencial que un destino

tenga buena accesibilidad, el 26.8% lo ven poco importante y el 11.5% no lo consideran relevante para su decisión.

Tabla 26. Importancia de la accesibilidad y transporte

| Nivel de Importancia             | Porcentaje (%) |
|----------------------------------|----------------|
| Muy importante                   | 61.7           |
| Poco importante                  | 26.8           |
| No determinante para su decisión | 11.5           |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.



Con relación a las preferencias de actividades a realizar durante las vacaciones, la tabla 10 refleja en orden de prioridad las elecciones para las decisiones de viaje y selección de destinos. El 38.1% prefiere actividades emocionantes al aire libre como senderismo y buceo, valorando la adrenalina y el escape dinámico de la rutina diaria. El 24.1% opta por actividades culturales, como visitar museos y sitios históricos, reflejando un interés por el aprendizaje y la inmersión

Tabla 27. Actividades preferidas durante vacaciones

| Actividad                            | Porcentaje (%) |
|--------------------------------------|----------------|
| Deportes y actividades al aire libre | 38.1           |
| Actividades culturales               | 24.1           |
| Relajación y bienestar               | 17.6           |
| Exploración gastronómica             | 16.5           |
| Compras                              | 3.7            |

Nota: Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

Las preferencias en relación con los servicios de alojamiento (tabla 11) presentan un importante interés por los hoteles y hostales por ofrecer una variedad de servicios y comodidades

Tabla 28. Tipos de alojamiento preferidos

| Tipo de Alojamiento  | Porcentaje (%) |
|----------------------|----------------|
| Hoteles/hostales     | 43.3           |
| Hosterías            | 25.5           |
| Resorts/lodges       | 17.6           |
| Haciendas turísticas | 8.4            |
| Airbnb               | 4.1            |
| Familiares/Amigos    | 1.1            |

Nota: Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

en la historia del destino. El 17.6% elige actividades de relajación, como spas y retiros de yoga, priorizando el descanso y la recuperación física y mental durante sus vacaciones. El 16.5% se interesa en la gastronomía local y tours culinarios, buscando experiencias sensoriales y una conexión cultural a través de la comida. Solo el 3.7% prefiere realizar compras en vacaciones, indicando que esta actividad no es una prioridad para la mayoría, viéndola como algo cotidiano más que como una experiencia enriquecedora.

que enriquecen la estadía de los viajeros lo que evidencia una tendencia hacia servicios de alojamientos integrales, con servicios y experiencias predecibles.

En relación con el medio de planificación de sus viajes (tabla 12), el uso de aplicaciones y sitios web (37.8%) refleja la esencia de las características de este grupo generacional cuya tendencia es a la flexibilidad, personalización y lo digital acrecentando la confianza en el uso de tecnologías digitales para información y compra; por otro lado un 26.5% aun prefieren acudir a las agencias

Tabla 29. Medios de planificación de viajes

| Método de Planificación   | Porcentaje (%) |
|---------------------------|----------------|
| Aplicaciones y sitios web | 37.8           |
| Agencias de viajes        | 26.5           |
| Recomendaciones           | 23.9           |
| Sin planificación         | 11.8           |

Nota: Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

Finalmente, se evalúa el nivel de satisfacción en relación con las experiencias previas (tabla 13), los guayaquileños que han tenido experiencias de viaje positivas representan el 30.7%. Sin embargo, el 29.2% de viajeros manifestaron

de viajes valorando de esta manera el conocimiento de los profesionales en el diseño de programas de viajes brindando la garantía del buen uso y diseño de itinerarios especialmente en vacaciones multi destinos. Así mismo un 23.9% confía en las recomendaciones personales y apenas el 11.8% no planifica el uso de servicios, solo decide el destino.

insatisfacción con sus experiencias. Estos resultados sugieren oportunidades de mejora en la calidad de servicio de parte de los servidores turísticos para innovar y mejorar su oferta de viajes y crear experiencias destacadas y memorables.

Tabla 30. Satisfacción con experiencias previas

| Satisfacción    | Porcentaje (%) |
|-----------------|----------------|
| Muy satisfechos | 19.4           |
| Satisfechos     | 30.7           |
| Neutrales       | 20.5           |
| Insatisfechos   | 29.4           |

Nota: Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

4) Comportamiento

En referencia a la dimensión comportamiento, se evaluó en primer lugar la frecuencia con la que los

guayaquileños viajan al año. La tabla 14 refleja que el 56.2% viajan de una a dos veces al año, el 34.1% viajan de tres a cuatro veces al año, y apenas el 9.7% viajan más de cuatro veces al año.

Tabla 31. Frecuencia de viaje al año

| Frecuencia de Viajes | Porcentaje (%) |
|----------------------|----------------|
| 1-2 veces            | 56.2           |
| 3-4 veces            | 34.1           |
| Más de 4 veces       | 9.7            |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

Los medios de información utilizados para investigar acerca de destinos, previo a su elección, afirman la tendencia de este grupo generacional por lo digital. La tabla 15 muestra que el 58.5% utilizan

redes sociales, el 39.6% confían en las recomendaciones personales, el 32.3% utilizan portales web y el 14.4% leen las referencias y entradas de blogs.

Tabla 32. Medios de información

| Medio de Investigación | Porcentaje |
|------------------------|------------|
| Redes sociales         | 58.5%      |
| Recomendaciones        | 39.6%      |
| Portales web           | 32.3%      |
| Blogs                  | 14.4%      |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

La tabla 16 presenta los destinos que suelen ser elegidos por los guayaquileños en relación con su presupuesto de viaje diario promedio. Un presupuesto menor a \$50 dólares americanos diarios es reservado para destinos locales, el

gasto diario entre \$51 a \$100 fueron utilizados en destinos nacionales, de \$101 a \$200 diarios viajes nacionales y más de \$200 fueron gastados en destinos internacionales.

Tabla 33. Distribución del presupuesto por destino

| Rango de Presupuesto | Preferencia de Destino |
|----------------------|------------------------|
| Menos de \$50        | Locales                |
| \$51-\$100           | Nacionales             |
| \$101-\$200          | Nacionales             |
| Más de \$200         | Internacionales        |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

La duración de los viajes de los guayaquileños, de acuerdo con los resultados de la tabla 17, usualmente son de tres a cinco días (48.6%); el 26.5% viajan por menos de tres días y el 24.9%

de guayaquileños optaron por viajes de estancias largas de más de una semana de duración, considerados como viajes de vacaciones.

Tabla 34. Duración típica de sus viajes

| Duración del Viaje | Porcentaje (%) |
|--------------------|----------------|
| 3-5 días           | 48.6           |
| Menos de 3 días    | 26.5           |
| 1-2 semanas        | 18.9           |
| Más de 2 semanas   | 6.0            |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

En la tabla 18 se destacan todos los factores que influyeron en la selección de un destino de viaje, siendo que el 50.9% eligen según las atracciones turísticas, el 39.6% eligen en función de las ofertas y promociones existentes,

el 35.4% consideran en su elección el costo del viaje y al 35.2% le preocupa la seguridad. Esta pregunta destaca los diferentes factores, siendo que al menos dos influyen en la decisión.

Tabla 35. Factores que influyeron en la selección de un destino

| Factor Influyente             | Porcentaje (%) |
|-------------------------------|----------------|
| Atracciones turísticas        | 50.9           |
| Ofertas y promociones         | 39.6           |
| Costo del viaje               | 35.4           |
| Seguridad del destino         | 35.2           |
| Clima                         | 31.5           |
| Reseñas en blogs o sitios web | 31.2           |
| Otros                         | 0.5            |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

La tabla 19 presenta los diferentes rubros en los cuales suelen gastar los guayaquileños viajeros siendo que el 53.5% suelegastarmásenlagastronomía local, el 29.7% gasta en tours guiados, el 27% lo hace en actividades recreativas, el 23.4% gasta en actividades de relajación y bienestar, en igual porcentaje lo hacen

en compras personales, el 22.8% gasta en souvenirs principalmente y el 20.5% en entretenimiento nocturno, y tratan de minimizar su gasto en movilización, alimentación y alojamiento para destinar su mayor presupuesto a otras actividades que contribuyen a su experiencia turística.

**Tabla 36. Distribución del gasto en servicios y actividades en el destino**

| Área de Gasto            | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Gastronomía local        | 53.5%      |
| Tours guiados            | 29.7%      |
| Actividades recreativas  | 27%        |
| Entretenimiento nocturno | 20.5%      |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

Finalmente, la tabla 20 indica la práctica o costumbre de los guayaquileños en relación con expresar en comentarios o reseñas en la internet, acerca de sus experiencias de viaje. El 37.5% a veces dejan comentarios, el 30.5% siempre lo hacen, el 22% raramente dejar reseñas y un 10% nunca lo hace. Esto refleja la variabilidad en la práctica de retroalimentar a los operadores de viaje y para los futuros viajeros acerca de sus experiencias.

**Tabla 37. Práctica de dejar reseñas o comentarios sobre experiencias turísticas**

| Frecuencia de Reseñas | Porcentaje (%) |
|-----------------------|----------------|
| Siempre               | 30.5           |
| A veces               | 37.5           |
| Raramente             | 22.0           |
| Nunca                 | 10.0           |

**Nota:** Basado en resultados de la investigación por Quezada, M. y Alvarado, E., 2024.

En base al análisis de resultados obtenidos de las encuestas, se pueden extraer las siguientes conclusiones. En relación con los factores sociodemográficos la mayoría de los encuestados son mujeres (58.5%) y predominan los jóvenes de 25 a 29 años, siendo mayormente solteros (54.1%).

En los componentes de ocupación e ingresos, casi la mitad de los guayaquileños trabajan en el sector privado (43.8%). Los ingresos muestran gran variabilidad siendo que el 50.7% ganan entre \$500 y \$1000 mensuales

y el 28.9% ganan menos de \$500. Las principales motivaciones para viajar son explorar nuevas culturas (32.8%) y descansar (29.9%).

La mayoría de los encuestados prefieren destinos internacionales para vacaciones largas, mientras que, para feriados y fines de semana, prefieren destinos nacionales y locales respectivamente.

En cuanto a los factores decisivos para elegir un destino, el presupuesto y la disponibilidad de tiempo son los factores

más influyentes. Las recomendaciones de amigos y familiares también juegan un papel importante, aunque no decisivo.

En las preferencias de alojamiento, los hoteles y hostales son las opciones de alojamiento populares para el 43.3%, mientras el 37.8% prefieren planificar sus vacaciones usando aplicaciones y sitios web.

Las actividades preferidas durante las vacaciones son aquellas al aire libre (38.1%), seguidas por actividades culturales (24.1%) y de relajación (17.6%). Por último, otros factores como la seguridad y estabilidad política, así como la accesibilidad y facilidad de transporte, son consideraciones importantes. La gastronomía local influye significativamente en la decisión de viaje para el 49.9% de los encuestados.

Guayaquil es un importante centro económico del Ecuador que facilita el acceso al comercio y el desarrollo de servicios convirtiéndola en un mercado de turismo potencial no solo como mercado receptor de turismo sino también como un importante mercado emisor que favorezca el diseño de productos turísticos para sus habitantes.

En concordancia con el perfil de los viajeros guayaquileños, la implementación de tecnología avanzada, como aplicaciones móviles y sistemas de reserva en línea, ha mejorado la

experiencia del cliente, mientras que las alianzas estratégicas con empresas locales e internacionales han permitido diversificar la oferta de productos y servicios hacia segmentos de mercado como el turismo de aventura, salud y bienestar, y cultural, aprovechando el conocimiento de las atracciones locales y nacionales para ofrecer paquetes personalizados.

Además, la sólida red de contactos entre hoteles, restaurantes y operadores turísticos asegura condiciones favorables para mlos viajeros. Aun cuando la red de información de turismo que se dispone en los sitios webs y medios publicitarios es amplia es necesaria la inversión pública y privada en la mejora de la infraestructura de servicios de información turística alineada con sistemas de comercialización y venta seguros para el turista.

Por lo tanto, políticas institucionales para fortalecer la seguridad de medios es necesaria para brindar soporte a los sistemas de información y reservas en turismo.

La implementación de prácticas responsables de turismo resulta factible para este segmento de viajeros considerando su notable tendencia hacia la conciencia ambiental y social; presenta varios desafíos que incluyen reducir la dependencia de las temporadas altas, lo que genera ingresos fluctuantes y

posibles limitaciones financieras para la sostenibilidad de los negocios turísticos e invertir en nuevas tecnologías.

La alta competencia entre agencias de viajes y plataformas digitales, junto con los cambios económicos globales y locales, puede afectar el poder adquisitivo de los clientes y sus hábitos de viaje; a esto se suma la creciente popularidad de plataformas como Airbnb y Booking.com que ofrecen opciones competitivas, dificultando la diferenciación en el mercado.

Sin embargo, abordar estas oportunidades con un enfoque responsable puede mitigar estos retos, promoviendo un turismo más sostenible y resiliente.

#### 4. Conclusiones

Basándose en los hallazgos obtenidos a través de encuestas se elaboró un análisis del perfil del viajero guayaquileño de 25 a 35 años, útil para los prestadores turísticos para conocer e identificar preferencias y motivaciones que definen el comportamiento y decisiones de viaje.

El estudio incluyó la identificación de sus características demográficas, expectativas de viaje y tipos de destinos preferidos (locales, nacionales e internacionales).

Se destacan aspectos como género, edad, estado civil, ocupaciones, ingresos, motivaciones de viaje y preferencias climáticas y gastronómicas. Además, se identificaron los factores que influyen en sus decisiones de viaje y sus expectativas sobre la seguridad y accesibilidad de los destinos.

Se exploraron teorías fundamentales y estudios pertinentes para diseñar la metodología e instrumentos adecuados para la recolección de datos, facilitando así la identificación de los factores que influyen en las decisiones de viaje de los guayaquileños y la interacción de estos elementos para la selección del destino.

La recopilación de datos sobre el perfil demográfico, motivaciones, preferencias y comportamiento turístico de los guayaquileños contribuye en la planificación de ofertas de viajes con productos y servicios turísticos adaptados a sus necesidades y expectativas para ensalzar su experiencia turística.

El aporte de esta investigación desde la práctica de un turismo responsable es fundamental para establecer estrategias de productos y servicios para la mejora de la experiencia del viajero guayaquileño de entre 25 a 35 años.

Las implicaciones prácticas de los resultados de este estudio se

deben orientar al mejoramiento de la infraestructura de servicios de información que sean seguros y confiables para los consumidores, así como el diseño de productos turísticos.

Futuras líneas de investigación deben orientarse a la medición de la experiencia turística del guayaquileño y la calidad de la oferta de viajes programados.

## 5. Referencias

- Araújo Pereira, G., & de Sevilha Gosling, M. (2017). LOS VIAJEROS Y SUS MOTIVACIONES. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(1), 62-85. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180749182004>
- Camellón, L., Rivero O. & Silva, A. (2020). Análisis del proceso de toma de decisiones para el cumplimiento de los objetivos en las organizaciones del sector turístico hacia el desarrollo sostenible. *Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS*, 2(8). <https://www.eumed.net/rev/rilcoDS/08/objetivos-sector-turistico.html>
- Crespo, J., & Soria, B. (2019). Factores que influyen en el comportamiento del turista: estado de la cuestión. *Kalpana*, 17, 120–136. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7313496>
- Crompton, J. L., & Petrick, J. F. (2024). A half-century reflection on pleasure vacation motives. *Annals of Tourism Research*, 104. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103692>
- Crompton, J., & McKay, S. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2). <https://course.festivals.coplandigital.org/wp-content/uploads/2016/01/crompton.pdf>
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2022). Censo Ecuador. <https://www.censoecuator.gob.ec/>
- Kim, E., Kim, Y., Jang, S. & Kim, D. (2021). Tourists' preference on the combination of travel modes under Mobility-as-a-Service environment. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 150, pp. 236-255, <https://doi.org/10.1016/j.tra.2021.06.016> Kiss, T. (27 de agosto de 2024). Milenials (Generación Y). *Enciclopedia Concepto*. <https://concepto.de/generacion-y-milenials/>
- Li, X., Gong, J., Gao, B. & Yuan, P. (2021). Impacts of COVID-19 on tourists' destination preferences: Evidence from China. *Annals of Tourism Research*, 90. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103258>
- Mendieta, A. (2023). Cambios en el comportamiento turístico tras la Covid-19: hacia un nuevo perfil del turista y del viaje de ocio en España. *Recta*, 23(1), 37–51. <https://doi.org/10.24309/recta.2022.23.1.03>
- Molina, E., Villagrán, P., Espinosa, N., & Salas, A. (2022). El nuevo perfil del viajero de la zona 2 (Pichincha, Napo y Orellana) como consecuencia de Covid-19. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 9(1), 84–112. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.91.620>
- Ochoa, J., & Yunkor, Y. (2021). El estudio descriptivo en la investigación científica. *ACTA JURÍDICA PERUANA*, 2(2). <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/224>
- Orellana, F. (2022). Teoría de la conducta del consumidor, la producción y los costos. E-IDEA 4.0
- Revista Multidisciplinar*, 4(10), 10–21. <https://doi.org/10.53734/mj.vol4.id191>
- Ortiz, M., Cueva, A., & Zea, M. (2020). Viajeros europeos y sus motivaciones para visitar Ecuador en el siglo XIX. *RICIT*, 14, 24–48. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7678371>
- Ortiz, M., & Torres, J. (2020). La influencia cultural en el comportamiento de viaje del turista. *Turydes: Turismo y Desarrollo*, 13(28). <https://www.eumed.net/rev/turydes/28/influencia-cultural-turista.html>
- Pérez, E., Bastida, E., Coronado, K., Medina, J., & Fera, F. (2023). dicción del comportamiento del consumidor en destinos turísticos. *Investigaciones Turísticas*, 26, 320–349. <https://doi.org/10.14198/INTURI.24300>
- Priyabrata, R., & Dhananjay, D. (2022). Theory and Models of Consumer Buying Behavior: A Descriptive Study. *SSRN Electronic Journal*, XI(VIII), 206–217. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4205489>
- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciaAmérica*, 9(3), 1–6. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Reinoso, N. (2021). Segmentation by motivations and valuation of inland tourism in Manta, Manabi, Ecuador. *Innovar*, 31(80), 57–72. <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n80.93664>
- Richards, G.; Morrill, W. (2020). Motivations of global Millennial travelers. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 14(1), pp. 126-139. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1883>
- Rita, P., Brochado, A., & Dimova, L. (2018). Millennials' travel motivations and desired activities within destinations: A comparative study of the US and the UK. *Current Issues in Tourism*, 22(16), 2034–2050. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1439902>
- Sánchez, M., Robina, R., Portillo, A., & Jiménez, H. (2021). Expectativas turísticas y motivaciones para visitar destinos rurales. El caso de Extremadura (España). *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 175, 105–127. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.175.105>



## COMPRENSIÓN DE LA TRIBUTACIÓN Y LAS REPERCUSIONES EN LOS CONTRIBUYENTES

## UNDERSTANDING TAXATION AND ITS IMPLICATIONS ON TAXPAYERS

*Jean Steve Carrera López**<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil*

## Resumen

Cada país en el mundo, posee normas y leyes por las cuales se rigen las sociedades que los conforman, y a través de ellas los gobiernos se han instaurado para cumplirlas y hacerlas cumplir de manera más eficiente. La tributación es un proceso donde se recaudan los ingresos que percibe el Estado por medio de la imposición de los impuestos, las tasas y las contribuciones que realizan los ciudadanos como contribuyente natural o a nivel de empresas. El objetivo planteado es analizar la tributación y las repercusiones en los contribuyentes. Esta investigación se realizó a través de un método de elaboración bibliográfico y de tipo documental, por medio del cual se realizó una revisión exhaustiva de diferentes tipos de publicaciones que gozan de una rigurosidad científica, garantizando que la información plasmada es de gran interés y veracidad. Finalmente se pudo concluir que la comprensión de la tributación por parte de los contribuyentes se observa en un futuro como un apoyo primordial para alcanzar el éxito en el cumplimiento de las políticas fiscales establecidas por el Estado, donde la solidez que demuestren los contribuyentes sea más que un compromiso y se convierta en un hecho, cumpliendo con sus obligaciones tributarias y contribuyendo en el desarrollo de su país. Y es que, un sistema tributario justo, eficaz y transparente, que logre distribuir de forma equitativa la carga fiscal y contribuya al crecimiento económico, crea mayor confianza en los contribuyentes y estos se sentirán más incentivados en cumplir con sus obligaciones tributarias.

**Palabras clave:** Normas, Leyes, Tributos, Comprensión, Contribuyentes

## Abstract

Every country in the world has rules and laws that govern the societies that comprise it, and through them governments have been established to comply with them and enforce them more efficiently. Taxation is a process where the income received by the State is collected through the imposition of taxes, fees and contributions made by citizens as natural taxpayers or at the company level. The objective is to analyze taxation and its impact on taxpayers. This research was carried out through a bibliographic and documentary method of preparation, through which an exhaustive review of different types of publications that enjoy scientific rigor was carried out, guaranteeing that the information contained is of great interest and truthfulness. Finally, it was concluded that taxpayers' understanding of taxation is seen in the future as a primary support to achieve success in complying with the fiscal policies established by the State, where the solidity demonstrated by taxpayers is more than a commitment and becomes a fact, fulfilling their tax obligations and contributing to the development of their country. A fair, efficient and transparent tax system, which manages to distribute the tax burden equitably and contributes to economic growth, creates greater confidence in taxpayers and they will feel more encouraged to comply with their tax obligations.

**Keywords:** Rules, Laws, Taxes, Understanding, Taxpayers

## 1. Introducción

Cada país en el mundo, posee normas y leyes por las cuales se rigen las sociedades que los conforman, y a través de ellas los gobiernos se han instaurado para cumplirlas y hacerlas cumplir de manera organizada, y dentro de este proceso organizativo existen aquellas leyes que regulan la sustentabilidad del país, y este es denominado según Orellana et al.

(2024) como la tributación, la cual existe desde la antigüedad y en ese entonces era utilizada para obtener ingresos sobre todo para aquellos pertenecientes a la clase dominante (Ordoñez, 2023).

Hoy en día, la tributación como parte de una ordenación jurídica clasifica los tributos comúnmente en directos e indirectos, entendiéndose tributos a la contribución que realizan las personas al Estado, y este lo administra, de manera que puedan proveer y suplir las necesidades colectivas como derecho de los ciudadanos.

Según la Universidad Andrés Bello (2024) la tributación en un proceso donde se recaudan los ingresos que percibe el Estado por medio de la imposición de los impuestos, las tasas y las contribuciones que realizan los ciudadanos como contribuyente natural o a nivel de empresas.

Dichos recursos se utilizan para financiar e invertir en el desarrollo del país a través de los servicios públicos, la infraestructura y poder cumplir con sus obligaciones como Estado para sus ciudadanos.

En apoyo a lo antes mencionado, Mejía et al. (2019) indican que pagar impuestos conforma uno de los principales mecanismos que tiene Ecuador para fortalecer las políticas fiscales del gobierno, y es en muchos casos el principal ingreso económico que obtiene el Estado para mejorar los niveles de ahorro público (p.1148).

En Ecuador, el Servicio de Rentas Internas es la institución encargada de manejar y controlar los impuestos recibidos por cada contribuyente en el país, regular y administra todos los recursos y los distribuye de acuerdo a las necesidades existentes (Servicio de Rentas Internas, SRI, 2024).

Esta institución gestiona toda la política tributaria, siguiendo los principios y valores institucionales, controlando que los ingresos se destinen a obras de cohesión social. Asimismo, indica que el aporte tributario se conforma por las contribuciones, las tasas y los impuestos, el primero de ellos se refiere a aquellos tributos que son generados a través de obras que beneficiaran a la comunidad y que a su vez benefician a quien las realiza, por otra parte, las

tasas son los pagos que debe realizar el ciudadano por el uso de los servicios públicos brindados por el Estado, es decir el pago de un servicio público estatal; Y finalmente los impuestos, que son aquellos “pagos obligatorios que los ciudadanos deben hacer sin esperar una contraprestación directa por parte del Estado, a excepción de ciertas exenciones previstas por la ley” (p. s/n), estos pagos son los más comunes impuestos por el Estado y son un gran porcentaje de los ingresos del gobierno.

El pago de tributos desde la antigüedad ha sido obligatorio, en ese entonces los ciudadanos entregaban un porcentaje de sus ingresos o su producción para que el gobierno pudiera proveer servicios públicos adecuados y necesarios brindando así una buena calidad de vida a las sociedades, sin embargo, actualmente existe una gran evasión fiscal que causa una mala administración de los recursos en manos del Estado (Orellana et al., 2024).

La evasión fiscal ocurre cuando un ciudadano infringe las leyes tributarias y deja de pagar una parte o todo el impuesto al que esta obligado (Ávila, 2021); de manera que es considerado un delito al no cumplir o no tener la intención de pagar las respectivas contribuciones que debe realizar como contribuyente.

La evasión de tributos se debe a diversas razones, una de ellas es la falta de cultura tributaria que existe en la sociedad, otra razón es que el Estado no tiene mecanismos suficientes para que las leyes se cumplan cabalmente, de igual manera, el desconocimiento y la falta de comprensión de la importancia que tiene recaudar tributos genera la idea en las personas de que no tienen el deber u obligación de pagar impuestos (Orellana et al., 2024).

Además de estos factores, Reinoso et al. (2024) expresan que las empresas latinoamericanas enfrentan grandes desafíos debido a lo complejo que puede ser el sistema tributario, y la carga tributaria impuesta, que dificulta sus pagos, afectando la rentabilidad de las organizaciones.

Otras muchas razones también influyen en que las personas naturales y las empresas no quieran cancelar sus impuestos, sin embargo, en mayor proporción está el hecho de la falta de cultura tributaria (Orellana et al., 2024). De igual manera, Reinoso et al. (2024) menciona que en Ecuador, además de los factores antes mencionados también existe una falta de nivel educativo relativamente alto que no permiten comprender los procesos de tributación por lo que se hace necesaria la existencia de nuevos y mejores enfoques que contribuyan a la formación de las personas tanto jóvenes como

adultos que les permita conocer las repercusiones que conlleva no cumplir con sus deberes tributarios.

La estructura tributaria dispuesta en Ecuador, esta conformada por impuestos directos, indirectos, los gubernamentales o nacionales, municipales y cualquier otra contribución de instituciones y organismos de control Quizpe et al. (2019), los cuales poseen diversos propósitos al ingresar a la nación, ya que de estos dependen en gran medida las obras públicas y los servicios brindados a la sociedad.

Estos factores también desconocidos en gran medida por los contribuyentes hacen que no posean una cultura tributaria, pues al no tener claro, hacia donde se dirigen los impuestos que pagan, muchos temen hacer sus pagos, sin entender el beneficio que ello trae hacia el desarrollo del país.

En concordancia con esto, evadir impuestos es un problema que afecta en gran medida a nivel económico en todos los países, donde no existe solidaridad entre los ciudadanos, y solo buscan su beneficio particular, eludiendo los impuestos y esto impacta de forma negativa en las finanzas del Estado, disminuyendo grandemente el presupuesto del país para cubrir las necesidades propias de un gobierno.

Por otra parte, Quispe et al. (2020) menciona que los mayores efectos negativos de la tributación es la falta de conciencia, la elusión, la evasión, la corrupción entre otras y que es fundamental comprender como la tributación permite avanzar y desarrollar a un país.

Brindando mayores oportunidades, mejores servicios, y mejora en los procesos administrativos a través de las entidades encargadas para ellos. De igual manera, De esta manera, es necesario que los contribuyentes comprendan la importancia de la tributación y conozcan las repercusiones que tiene evadir los pagos correspondientes. Por lo tanto el objetivo planteado es Analizar la tributación y las repercusiones en los contribuyentes.

## 2. Metodología

Esta investigación se realizó a través de un método de elaboración bibliográfico y de tipo documental, por medio del cual se realizó una revisión exhaustiva de diferentes tipos de publicaciones que gozan de una rigurosidad científica, garantizando que la información plasmada es de gran interés y veracidad.

De igual manera, se realizó la búsqueda de revistas científicas acordes al tema investigación, de igual manera, se tomaron en cuenta revistas científicas indexadas en las principales bases de

datos como Scielo, Dialnet, Latindex, entre otras. Así mismo, para la búsqueda de la información se utilizó Google Académico, encontrando una serie de información dispuesta en libros, publicaciones de tipo académicas, revistas con las cuales se realiza un análisis exhaustivo de fuentes secundarias, tomando la información relevante para ser presentada en esta investigación.

Asimismo, se menciona que el enfoque fue cualitativo ya que se procedió al análisis de las diversas fuentes secundarias que son de gran importancia para el desarrollo del artículo, aspectos relevantes para el estudio de la comprensión de la tributación y las repercusiones en los contribuyentes. Este enfoque cualitativo permitió que se pueda comprender de manera más clara por medio de la síntesis de la información recabada en la literatura, para la selección de los diferentes documentos, se utilizó un muestreo teórico, eligiendo aquellos que ofrecían información valiosa y contribuían significativamente al entendimiento del fenómeno estudiado.

Finalmente, el análisis de datos se llevó a cabo mediante el método de análisis de contenido, que permite identificar y analizar patrones y temas recurrentes en los documentos revisados Monje (2011)

## 3. Resultados

**Efectos de la tributación** Granoble et al. (2024) en su artículo científico denominado “Enfoque multidimensional en la eficacia de la tributación y la percepción en los contribuyentes” expresa que “el sistema tributario es una piedra angular en la estructura económica de cualquier sociedad” (p.3174).

De esta manera, se aprecia que la tributación juega un papel importante en el financiamiento de las obras públicas del estado, y que su eficiencia también dependerá no solo de la cantidad recaudada, sino que esto está vinculado con la percepción y la comprensión que posea cada contribuyente, en cuanto a la justicia y la equidad con la que se administren los recursos y también a la confianza que demuestre la institución recaudadora encargada de manejar dichos recursos.

Por otra parte, Granoble et al. (2024) menciona que la confianza en las instituciones fiscales es un aspecto fundamental para lograr una eficacia en los procesos tributarios, es decir, que la manera en que el contribuyente comprenda el manejo de los recursos que paga por diversas obligaciones influye considerablemente en la cantidad recaudada.

El artículo científico denominado “La importancia de fomentar la cultura tributaria en los ciudadanos del cantón Riobamba” presentado por Cedeño et al. (2022) expone la importancia que tiene comprender los procesos tributarios, donde cada ciudadano del país debe entender los plazos y tiempos claramente establecidos para cada uno de los impuestos, tasas y contribuciones existentes que les compete de acuerdo a su actividad, para que cada uno de esos ingresos sean repartidos de manera equitativa y justa de acuerdo a la planificación del Estado.

De igual manera, Llumiluiza et al., (2022) mencionan lo siguiente:

En las sociedades los impuestos representan la fuerza motriz de la economía, debido a que atraen la inversión, ayudan a crear nuevos puestos de trabajo, aumentan el bienestar en el país y aportan con ingresos a los presupuestos nacionales. Los países en desarrollo necesitan grandes cantidades de recursos económicos para financiar sus gastos, por ende, los ingresos fiscales forman una parte importante de los ingresos estatales, dado su carácter recurrente y obligatorio los impuestos se han convertido en un instrumento crucial para la generación de ingresos y la movilización de recursos (p. 328).

En referencia a lo antes descrito, los impuestos son una herramienta esencial

e influyente para obtener resultados óptimos a nivel macroeconómico referente a las políticas fiscales y también conforman un conjunto de estímulos y limitaciones que inciden en la dirección y en la toma de decisiones económicas (Llumiluiza, et al., 2022).

### **Importancia de comprender la tributación y las repercusiones en los contribuyentes**

Es notable que la sociedad hoy en día, es cambiante, competitiva y exigente con el Estado, por lo tanto, es fundamental que entiendan como los gobiernos tienen la responsabilidad de evaluar e implementar nuevas medidas económicas o políticas fiscales que se adapten a las necesidades actuales, bien sea por reformas en los regímenes tributarios como a través de estrategias que sirvan de instrumento de política económica general, contribuyan a estimular el ahorro y la inversión, incentivando el empleo y así estos factores permitan redistribuir de mejor manera la riqueza obtenida (Castillo y Castillo, 2016). También se menciona que al tener una buena cultura tributaria y se comprenda el proceso tributario la sociedad se involucrará más en cada uno de los procesos fiscales, tomando conciencia de la importancia y el beneficio que trae consigo el recaudar efectivamente los impuestos y contribuciones exigidas por el Estado.

De igual manera Castillo y Castillo (2016) mencionan lo siguiente:

La cultura tributaria es un tema de responsabilidad de toda la sociedad, que consiste en asumir todas las obligaciones tributarias, crear conciencia ante el hecho que la tributación no sólo es una obligación fiscal, sino un deber de cada ciudadano para lograr el desarrollo del país. La tributación se debe reflejar en el manejo y destino de los fondos públicos.

Una verdadera y auténtica cultura tributaria se crea con conciencia, responsabilidad, transparencia y visión social que ha de nacer e instaurarse en cada uno de los entes recaudadores a través del principio de equidad, a fin de que puedan extrapolarse y asumirse como un enfoque compartido entre los diferentes actores de la relación jurídico-tributaria, asumiendo conciencia de sus deberes y responsabilidades de un modo compartido y, fundamentado en la anhelada justicia colectiva a la cual constantemente se apela (pág. 159).

Otro factor fundamental para comprender la tributación es la educación tributaria, pues esto permite crear conciencia fiscal, favoreciendo el incremento de la recaudación de impuestos, y según Chiliza y Torres (2024) crear programas de educación tributaria servirán como herramientas para facilitar el trabajo de los

profesionales en las organizaciones que deben encargarse de incentivar y promover la cultura tributaria a aquellos gerentes que deben tomar decisiones administrativas, además de crear conciencia fiscal en el resto de los compañeros dentro y fuera de la organización.

En la investigación de Saa (2022) se pudo conocer que la mayoría de las empresas del cantón Quito, no conocen las normativas establecidas por el SRI, demostrando la falta de comprensión de la tributación, lo que se refiere a una falta de cultura tributaria para mantenerse informado sobre las diversas normativas, cambios y leyes que pueden ser aplicadas, lo que les puede traer como consecuencia graves inconvenientes al momento de tomar decisiones dentro de la empresa.

De igual manera en el estudio realizado por Cedeño et al. (2022) pudo determinar que el área del cantón Riobamba existe una buena comprensión de la tributación, que ha crecido a lo largo del tiempo, sin embargo, es necesario seguir implementado estrategias y supervisión para velar por el buen cumplimiento del pago de tributos por parte de los ciudadanos.

Cumplir con los tributos siempre ha sido una preocupación para todos los países, y mucho más aun en aquellos donde la falta de comprensión tributaria

es elevada, pues esta situación según menciona Barberan et al. (2022) como el no cumplimiento de las obligaciones tributarias, la evasión, la elusión, corrupción entre otros aspectos amenaza la capacidad del Estado para cumplir y ser responsable de desarrollar sus funciones y a su vez impide el incremento de los ingresos públicos. Todo esto trae como consecuencia que al tener pocos recursos recaudados sean insuficientes para hacer frente al suministro de bienes y servicios que exige la sociedad.

De igual manera es importante recalcar que, la carga y presión tributaria que tienen los contribuyentes es alta, debido a las diversas tasas impositivas que deben soportar en relación a los ingresos que estos perciben Quispe y Ayaviri (2021), este aspecto si bien es perjudicial para los contribuyentes, es positivo para el desarrollo económico del país, por lo que el aumento o disminución de las tasas impositivas influye para ambos casos de manera positiva o negativa según sea el caso.

#### 4. Conclusiones

En Latinoamérica resalta lo complejo que es la conducta tributaria, de esto se desprende el hecho de que existe la necesidad de crear estrategias que se adapten a las características propias de cada país, asimismo, es recomendable que exista mayor transparencia en

cuanto a los tributos y como estos se administran y se manejan a nivel institucional que contribuyan a la concientización sobre la importancia del cumplir con las obligaciones tributarias y que aumente en gran cantidad la ética fiscal.

La comprensión de la tributación por parte de los contribuyentes se observa en un futuro como un apoyo primordial para alcanzar el éxito en el cumplimiento de las políticas fiscales establecidas por el Estado. Donde la solidez que demuestren los contribuyentes sea más que un compromiso y se convierta en un hecho, cumpliendo con sus obligaciones tributarias y contribuyendo en el desarrollo de su país. Y es que, un sistema tributario justo, eficaz y transparente, que logre distribuir de forma equitativa la carga fiscal y contribuya al crecimiento económico, crea mayor confianza en los contribuyentes y estos se sentirán mas incentivados en cumplir con sus obligaciones tributarias logrando así que se distribuya equitativamente la carga fiscal y se promueva el crecimiento económico.

De igual manera, si existe una buena comprensión de la tributación y los contribuyentes conocen y entienden cuales son sus obligaciones tributarias y sus derechos como ciudadanos cumplidos, facilitaría en gran manera la implementación de medidas fiscales con un gran porcentaje de efectividad, sin

embargo aún queda mucho por recorrer entendiendo que los contribuyentes aun no comprenden en su totalidad la responsabilidad que pesa sobre sus hombros y los beneficios que toda la sociedad puede obtener al percibir el Estado mayor cantidad de tributos en el proceso de recaudación fiscal. Es por ello que surge la necesidad de fortalecer todo el sistema tributario, iniciando por las leyes que lo regulan, hasta el pensamiento de los ciudadanos contribuyentes, participando activamente en la creación y ejecución de políticas tributarias.

En el mismo orden de ideas, es de gran importancia que la normativa fiscal y la tributaria siempre se estén evaluando para lograr un balance, así como también que se logre adaptar a las nuevas maneras de negocio, para que se pueda lograr el crecimiento de cada una de las empresas que se encuentren en Ecuador a través de sus consideraciones y estímulos tributarios.

Finalmente se puede mencionar que la comprensión de la tributación es base fundamental para lograr el desarrollo de una sociedad, haciendo que el comportamiento tributario de los contribuyentes, influya positivamente en el avance económico del país, y no se obstaculice el cumplimiento fiscal, ya que esto afecta grandemente la recaudación de ingresos.



## 5. Referencias

- Ávila, M. (2021). Consecuencias de la evasión fiscal. Recuperado el Nueve de Septiembre de 2024, de Universidad de Sonora: <http://repositorioinstitucional.uson.mx/>
- Barberan, N., Santillan, R., Bastidas, T., & Peña, M. (2022). Comportamiento tributario de microempresas en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 666-679. doi:<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.18>
- Castillo, S., & Castillo, P. (2016). Un acercamiento al estudio de la cultura tributaria desde la perspectiva socioeducativa. *Revista Dominio de las Ciencias*, 2(esp 2016), 149-162. Obtenido de <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Cedeño, G., Moscoso, I., & Brito, M. (2022). La importancia de fomentar la cultura tributaria en los ciudadanos del cantón Riobamba. *FIPCAEP*, 7(4), 2376-2401. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v7i4>
- Chiluiza, E., & Torres, M. A. (2024). Desarrollo de programas de educación tributaria para fomentar la comprensión del IVA en la sociedad. *Revista Conrado*, 20(98), 93-100. Obtenido de <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/3719>
- Granoble, P., Romero, V., Cevallos, H., & Merino, J. (2024). Enfoque multidimensional en la eficiencia de la tributación y la percepción en los contribuyentes. *Journal Scientific MQR Investigar*, 8(3), 3171-3185. doi:<https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.3.2024.3171-3185>
- Llumiluisa, R., Solórzano, K., & Dávila, J. (2022). Efecto de las variables macroeconómicas sobre la recaudación tributario en Ecuador, período 2000 a 2020. 593 Digital Publisher
- CEIT, 7(2), 326-338. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2022.2.1023>
- Mejía, O., Pino, R., & Parrales, C. (2019). Políticas trinitarias y la evasión fiscal en la República del Ecuador. Aproximación a un modelo teórico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1147-1165. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051010/html/>
- Monje, C. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. Universidad Surcolombiana. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Ordoñez, C. (2023). Analizar la tendencia de la recaudación tributaria en Ecuador durante los períodos 2020-2022. Universidad Técnica de Machala. Obtenido de <https://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/22701>
- Orellana, M., Suriaga, M., Orellana, F., & Sánchez, S. (2024). Cultura fiscal del contribuyente y su repercusión en las políticas tributarias. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa. REICOMUNICAR*, 7(14). doi:<https://doi.org/10.46296/rc.v7i14.0252>
- Quispe, G., & Ayaviri, D. (2021). Carga y presión tributaria. Un estudio del efecto en la liquidez, rentabilidad e inversión de los contribuyentes en Ecuador. *Retos*, 11(22), 251-270. doi:<https://doi.org/10.17163/ret>
- Quispe, G., Arellano, O., Negrete, O., Rodríguez, E., & Vélez, K. (2020). La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador. *Revista Espacios*, 41(29). Obtenido de <http://asesoresvirtualesalala.revistaespacios.com/a20v41n29/a20v41n29p12.pdf>
- Quizpe, G., Arellano, O., Rodríguez, E., Negrete, O., & Vélez, K. (2019). Las reformas tributarias en el Ecuador. Análisis del período 1492 a 2015. *Revista Espacios*, 40(13), 21. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n13/a19v40n13p21.pdf>
- Reinoso, D., Torres, A., & Narváez, X. (2024). Desarrollo de programas de formación en tributación para empresas en crecimiento. *Universidad y Sociedad*, 16(2), 256-266. Obtenido de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/4392>
- Saa, V. (2022). Evasión fiscal y su afectación en los niveles de recaudación en el Cantón Quito. Universidad Israel. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/3153>
- Servicio de Rentas Internas, SRI. (2024). Servicio de Rentas Internas. Obtenido de <https://www.gob.ec/sri>
- Universidad Andrés Bello, UAB. (2024). Tributación y otros conceptos clave que debes conocer. Obtenido de <https://www.postgradounab.cl/noticias/tributacion-y-otros-conceptos-clave-que-debes-conocer>

## CONSUMO DE ENERGÍA Y CRECIMIENTO ECONÓMICO EN AMÉRICA LATINA: UN ANÁLISIS CON DATOS DE PANEL

### ENERGY CONSUMPTION AND ECONOMIC GROWTH IN LATIN AMERICA: AN ANALYSIS USING PANEL DATA

*Elisa Evelyn Toledo Macas, Paulina Del Cisne Chamba Troya*

*\*Universidad Técnica Particular de Loja*

#### Resumen

La investigación tiene como objetivo analizar la relación entre el consumo de energía y el PIB en los países de América Latina en el período 2010-2021, mediante el desarrollo de un modelo con datos panel. Los datos fueron obtenidos de la CEPAL. La variable dependiente es el PIB a precios constantes del 2010, mientras que como variables explicativas tenemos la proporción renovable de la oferta energética, energía primaria renovable que no requiere combustión, intensidad energética medida en términos de energía primaria y PIB, consumo de energía eléctrica, energía primaria no renovable y tasa de variación de la intensidad energética del PIB. Los resultados de esta investigación permiten concluir que la energía eléctrica tiene una relación positiva con el PIB, es decir, aquellos países en donde el consumo de energía eléctrica es alto presentan mayores niveles de crecimiento económico, sin embargo, no se evidencia una relación significativa entre el consumo de energía renovable y el PIB. Los hallazgos de esta investigación sirven como insumo para los hacedores de política en cuanto a la diversificación de la matriz energética.

**Palabras clave:** Crecimiento económico, consumo de energía, América Latina.

#### Abstract

The research aims to analyze the relationship between energy consumption and GDP in Latin American countries during the period 2010-2021, by developing a panel data model. The data were obtained from ECLAC. The dependent variable is GDP at constant 2010 prices, while the explanatory variables include the renewable share of the energy supply, renewable primary energy that does not require combustion, energy intensity measured in terms of primary energy and GDP, electricity consumption, non-renewable primary energy, and the rate of change in energy intensity of GDP. The results of this research conclude that electricity consumption has a positive relationship with GDP, meaning that countries with high electricity consumption show higher levels of economic growth. However, no significant relationship is found between renewable energy consumption and GDP. The findings of this research provide input for policymakers regarding the diversification of the energy matrix.

**Keywords:** Economic growth, energy consumption, Latin America.

## 1. Introducción

El análisis de la relación entre el consumo de energía y el PIB es uno de los temas fundamentales para determinar las condiciones de desarrollo económico sustentable de un país. La utilización de combustibles fósiles ha constituido uno de los principales instrumentos para el desarrollo de la sociedad, así como para su crecimiento económico. Pero a pesar del enorme aporte que el uso de energías no renovables ha tenido en el desarrollo de los pueblos, la emisión de gases de efecto invernadero ha sido también uno de los factores que más daño ha causado al medio ambiente y han contribuido al problema del cambio climático.

El crecimiento económico está determinado, por los hogares y las empresas, por una parte, a fin de satisfacer las necesidades. Por lo tanto, si el consumo de los hogares aumenta, las empresas aumentarán también su producción para satisfacer la demanda de los hogares, lo cual indudablemente producirá externalidades ya sea positivas o negativas incluyendo además posibles excesos en el uso de recursos ambientales, y más específicamente mediante el consumo de energía (Campo & Olivares, 2013).

Según Barreto y Campo (2012) "el suministro de energía debe crecer a la misma tasa que la demanda, lo

cual es determinado por cambios estructurales en la oferta tecnológica, produciendo mucho más con tal vez los mismos o menos recursos: es decir, la eficiencia total en el uso de recursos y el desplazamiento de la frontera de posibilidades de producción". Estudiar esta relación, resulta por lo tanto de gran importancia para los gobiernos, en su misión por crear políticas sustentables, que contribuyan a mitigar los graves problemas ambientales que existen en la actualidad.

La economía ambiental surge debido a la existencia de diferentes problemas ambientales, la cual se centra su estudio especialmente en la manera en que las personas toman decisiones que a la larga tienen consecuencias ambientales; además, la economía ambiental pretende brindar herramientas que permitan crear o modificar políticas económicas para lograr un equilibrio entre el impacto ambiental y las necesidades humanas (Field, 1997).

La relación de causalidad entre el consumo de energía y el crecimiento económico ha sido tema de estudio de algunas investigaciones a partir de artículo publicado por Kraft & Kraft (1978), los cuales realizan un análisis en Estados Unidos para el período 1947-1974, los resultados empíricos indican que existe una causalidad unidireccional que va desde el ingreso al consumo de energía.

A partir de dicho estudio, muchos investigadores se han dedicado a analizar esta relación, empleando distintas metodologías con el paso del tiempo. Para estudiar de mejor manera la relación entre el consumo de energía y el crecimiento económico, Ozturk (2010) y Payne (2010) asumieron dicha relación de cuatro formas: primero, la hipótesis de neutralidad (no existe causalidad alguna entre las dos variables); segundo, la hipótesis de conservación (la cual indica que existe una relación que va desde el crecimiento económico hacia el consumo de energía); tercero, la hipótesis de crecimiento (que va del consumo de energía al crecimiento económico) y cuarto, la hipótesis de retroalimentación (causalidad bidireccional).

La evidencia empírica desarrollada por varios investigadores favorece cada una de las hipótesis de causalidad establecidas entre el consumo de energía y el crecimiento económico.

Referente a la primera hipótesis (neutralidad), Soytaş & Sari (2003) examinan la relación de causalidad entre el consumo de energía y el crecimiento económico en 16 países<sup>1</sup>,

<sup>1</sup>Los países del G-7 y 10 economías emergentes, excepto China

y los resultados empíricos indican que no existe causalidad entre el consumo de energía y el PIB para los países de Canadá, Indonesia, Polonia y Reino Unido.

Con relación a la hipótesis de crecimiento, Iyke (2015) examina la causalidad entre el consumo de electricidad y el crecimiento económico en Nigeria dentro para el período de 1971 - 2011.

Los resultados indican una causalidad que va del consumo de electricidad al crecimiento económico tanto en el corto como en el largo plazo.

De igual manera, Tang et al. (2016) analizan la relación entre el consumo de energía y el crecimiento económico en Vietnam para el período 1971-2011, utilizando el modelo de crecimiento neoclásico de Solow, métodos de cointegración, y la causalidad de Granger.

Los resultados confirman la existencia de cointegración entre las variables; además existe una causalidad de Granger en el sentido unidireccional que va del consumo de energía al crecimiento económico. En esta misma línea, Galindo (2014) analizó la relación de causalidad entre el consumo de energía eléctrica y el crecimiento económico en Chile, incorporando el empleo como tercera variable, para el periodo de 1975 a 2011.

Los resultados obtenidos permiten aceptar la hipótesis de crecimiento planteada en la revisión literaria, ya que sugieren una relación de causalidad desde el consumo de energía eléctrica hacia el crecimiento económico en el corto y largo plazo.

Gómez-López (2011), estudia el crecimiento económico, consumo de energía y emisiones contaminantes en la economía mexicana. Empleando una metodología de ciclos económicos reales, modelos VAR y la prueba de causalidad de Granger, de acuerdo a los resultados obtenidos se encuentra que: existe una relación positiva entre crecimiento económico, el consumo de energía y las emisiones de CO<sub>2</sub>, el consumo de energía antecede al crecimiento económico.

Por otra parte, y como aporte a la hipótesis de retroalimentación, Erdal et al. (2008) analizan la relación de causalidad entre el consumo de energía primaria y el producto nacional bruto (PNB) para Turquía en el período 1970-2006, los resultados empíricos apoyan la hipótesis de retroalimentación ya que indican que el consumo de energía y el PNB están cointegrados y existe una causalidad bidireccional que va desde el consumo de energía hacia el PNB y viceversa.

De igual manera, A. Belke et al. (2011) examinan la relación en el largo plazo

entre el consumo de energía y el PIB real, incluyendo precios de la energía, para 25 países de la OCDE, en el período 1981 a 2007. Los resultados indican una causalidad bidireccional entre el consumo de energía y el crecimiento económico.

Otra investigación que apoya la hipótesis de retroalimentación es la de Apergis & Payne (2012), examina la relación entre el consumo de energía renovable y no renovable y el crecimiento económico de 80 países mediante un panel multivariado para el período 1990-2007. Utilizando la prueba de Pedroni se identifica una relación a largo plazo entre las variables.

Los resultados obtenidos indican una causalidad bidireccional entre el consumo de energía renovable y no renovable y el crecimiento económico, tanto en el corto como en el largo plazo. Neme et al. (2015) realizaron una investigación empírica para determinar la relación causal entre consumo de energía, agregada y dos de sus componentes, y producción y empleo industrial en México en el periodo 2003-2012.

El análisis indica que existe una causalidad tanto de corto como de largo plazo entre producción manufacturera y consumo de energía en el sector; de acuerdo con la hipótesis de retroalimentación. Sánchez (2024)

desarrolló una investigación sobre la relación econométrica de causalidad entre las emisiones de CO<sub>2</sub> y el crecimiento económico en seis países de América Latina (Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Perú) durante el periodo de 1990 a 2019. EL autor utilizó series de tiempo de la CEPAL que registran las emisiones de CO<sub>2</sub> en miles de toneladas y el PIB total en millones de dólares.

Se evaluó la estacionalidad de las series, se estimaron modelos VAR, se calcularon funciones impulso-respuesta, se analizaron la cointegración y la causalidad en el sentido de Granger y, finalmente, se aplicó el método de descomposición de varianza. Los resultados mostraron una correlación e integración significativas, pero no evidencia de causalidad en el sentido de Granger.

Sin embargo, tras un choque de 10 años, la varianza de las emisiones de CO<sub>2</sub> parece explicada en un 78% por la varianza del PIB. Esto subraya la necesidad de transitar hacia un modelo de crecimiento sostenible, promoviendo el uso de energías renovables para reducir emisiones y fomentar el desarrollo sostenible. La transición hacia energías limpias es esencial para que el crecimiento económico y la protección ambiental coexistan de manera armoniosa, siendo una necesidad urgente para la región.

Carreón y Bonilla (2022) realizan un estudio en donde analizan la importancia de las energías renovables en la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> y la lucha contra el calentamiento global en América Latina. Analiza cómo los agentes económicos, financieros y de investigación y desarrollo (I+D) influyen en el crecimiento de la generación de energía renovable (GER) en la región, utilizando una metodología econométrica con análisis de panel y efectos fijos. Los resultados indican que los mercados financieros robustos y las inversiones en I+D son esenciales para impulsar tecnologías de GER como la bioenergía, la solar y la eólica.

La investigación concluye que fortalecer los mercados financieros e incrementar las inversiones en I+D son fundamentales para el crecimiento de las energías renovables y, por ende, para un desarrollo económico más sostenible. En relación con el documento actual, el estudio implica que históricamente el crecimiento económico ha dependido de energías no renovables. No obstante, la transición hacia energías renovables es crucial para reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> y fomentar un desarrollo sostenible.

Por lo tanto, los países de América Latina deben priorizar las energías renovables y mejorar la eficiencia de sus mercados financieros e instituciones para mitigar el impacto ambiental y lograr un crecimiento económico

sostenible, como demuestran los resultados econométricos del estudio. Ortiz (2021) analiza la hipótesis de la Curva Ambiental de Kuznets (CAK) en 19 países de América Latina durante 1970-2016, demostrando que las variables de emisiones de CO<sub>2</sub>, PIB y PIB cuadrado están interrelacionadas y mantienen una relación de equilibrio a largo plazo. Los resultados revelan una relación de causalidad bidireccional entre la actividad económica y las emisiones de CO<sub>2</sub>, confirmando que el crecimiento económico inicialmente aumenta las emisiones hasta que se alcanza un nivel de ingreso donde las economías adoptan tecnologías más limpias, incrementan la conciencia ambiental y fortalecen las regulaciones.

Este estudio aporta al “Análisis de la relación entre el consumo de energía renovable y no renovable y el crecimiento económico en América Latina” al resaltar la importancia de la transición hacia energías renovables para mitigar el impacto ambiental del crecimiento económico.

Tradicionalmente, el crecimiento económico ha dependido de energías no renovables, pero la adopción de energías renovables puede reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> y promover un desarrollo sostenible. La evidencia de la CAK implica la urgencia de esta transición, indicando que la promoción de energías renovables y la mejora de

la eficiencia energética son cruciales para lograr un crecimiento económico sostenible en la región. Tillaguango y Loaiza (2019) analizan el impacto de la energía sustentable y no sustentable en el crecimiento económico a nivel mundial y por grupos de países, utilizando datos de panel de 94 países durante el período 2000-2016. Los resultados indicaron que las energías renovables tienen un efecto estadísticamente significativo en el crecimiento económico, especialmente en los países de ingresos altos y medios bajos, sugiriendo que son un factor clave tanto a corto como a largo plazo, al aumentar la capacidad energética y contrarrestar el deterioro de los recursos naturales y la contaminación. Este estudio demostró que las energías renovables son fundamentales en el crecimiento económico y la sostenibilidad ambiental.

En países de ingresos altos y medios bajos, las energías renovables no solo incrementan la capacidad energética, sino que también ayudan a mitigar la contaminación y preservar los recursos naturales. Esto es especialmente relevante para América Latina, donde la transición hacia fuentes de energía más limpias puede tener un impacto significativo en el crecimiento económico y la sostenibilidad a largo plazo.

La investigación también proporciona resultados que pueden guiar la formulación de políticas energéticas,

incentivando el consumo de energías amigables con el medio ambiente y la economía. Estas políticas pueden promover un cambio estructural en la matriz energética de los países, fomentando el uso de energías renovables para impulsar el crecimiento económico y reducir los efectos negativos de la contaminación. En América Latina, donde muchas economías dependen de fuentes de energía no renovables, este cambio es crucial para lograr un desarrollo sostenible y equilibrado.

**Tabla 1**  
**Variables**

| Variable       | Variable                                                           | Sigla        | Definición                                                                                                                                                                         | Tipo de variable      |
|----------------|--------------------------------------------------------------------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Dependiente    | PIB a precios constantes 2010                                      | <b>PIB</b>   | Es una medida macroeconómica fundamental que se utiliza para cuantificar la actividad económica de un país en un período de tiempo específico, generalmente un año o un trimestre  | Variable continua     |
| Independientes | Proporción renovable de la oferta energética total                 | <b>% OER</b> | Se refiere a la medida porcentual del total de energía consumida en un país o región que proviene de fuentes renovables                                                            | Variable cuantitativa |
|                | Energía primaria renovable que no requiere combustión              | <b>PR</b>    | Se refiere a la oferta de energía primaria renovable y no renovable por tipo de fuente energética.                                                                                 | Variable cuantitativa |
|                | Intensidad energética medida en términos de energía primaria y PIB | <b>EEP</b>   | La intensidad energética de la energía primaria se calcula como la relación entre el suministro de energía y el PIB medido en paridad de poder adquisitivo. Este indicador muestra | Variable cuantitativa |

## 2. Metodología

### 2.1 Datos

Esta investigación utiliza datos del Banco Mundial y CEPAL durante el periodo 2000-2021, se seleccionaron 22 países latinoamericanos. En la tabla 1, se presentan las variables de la presente investigación.



|                                                       |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |
|-------------------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Consumo de energía eléctrica                          | EE       | cuánta energía se necesita para generar una unidad de producción económica. Se refiere a la energía transmitida por electrones en movimiento. Se incluye energía eléctrica generada con cualquier fuente energética, puede ser primaria o secundaria (en centrales hidroeléctricas, termoeléctricas, termonucleares, geotérmicas, eólicas o fotovoltaicas) | Variable continua |
| Energía primaria no renovable                         | PNR      | Puede proporcionar beneficios económicos significativos en términos de crecimiento económico                                                                                                                                                                                                                                                               | Variable continua |
| Tasa de variación de la intensidad energética del PIB | % IE/PIB | Se mide como el porcentaje de cambio anual en la relación entre el consumo final de energía y el PIB. Muestra cómo varía la intensidad energética del PIB a lo largo del tiempo.                                                                                                                                                                           | Variable continua |

### 2.1. Estrategia econométrica

Desde el punto de vista metodológico la especificación para realizar el análisis de la relación entre las variables antes mencionada es la siguiente:

$$Y_t = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots b_nX_n + \mu_t \quad (1)$$

Donde  $Y_t$  es la variable dependiente, que en este caso es el PIB,  $\alpha$  es el intercepto de la ecuación, los (b) son los coeficientes de las variables independientes y X son las variables independientes en sí. Empíricamente el modelo se define en la siguiente ecuación:

$$PIB_{pc} = \alpha_{it} + \beta_1 OER_{it} + \beta_2 EPR_{it} + \beta_3 IEEP_{it} + \beta_4 CEE_{it} + \beta_5 EPNR_{it} + \beta_5 IE/PIB_{it} \quad (2)$$

### 3. Resultados

Con el propósito de corregir potenciales sesgos se procede a correr los modelos para datos de panel en: Panel-MCO

(Pooled), Efectos Fijos (FE), Efectos Aleatorios (RE) y Mínimos Cuadrados Generalizados (GLS), los resultados se muestran a continuación.

**Tabla 2 Resultados del modelo Crecimiento económico y consumo de energía**

|                                                        | pooled                | FE                     | RE                    | GLS                   |
|--------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|
| % Consumo energía renovable                            | 0,00306***<br>(3,42)  | -0,00406***<br>(-3,36) | -0,00360**<br>(-3,03) | -0,000789<br>(-1,11)  |
| logEPR                                                 | -0,00271<br>(-0,26)   | 0,0101*<br>(2,25)      | 0,0106*<br>(2,08)     | 0,0110<br>(1,54)      |
| logIEEP                                                | -0,482***<br>(-12,54) | -0,376***<br>(-7,05)   | -0,324***<br>(-5,82)  | -0,313***<br>(-11,17) |
| logCE                                                  | 0,931***<br>(49,71)   | 0,673***<br>(24,72)    | 0,816***<br>(35,06)   | 0,944***<br>(90,40)   |
| logEPNR                                                | 0,0359***<br>(5,93)   | -0,0106*<br>(-2,15)    | -0,00624<br>(-1,16)   | 0,00718<br>(1,56)     |
| %Tasa de variación de la intensidad energética del PIB | 0,00169<br>(0,63)     | 0,00196*<br>(2,45)     | 0,00136<br>(1,50)     | -0,000128<br>(-0,30)  |
| Constant                                               | 2,360***<br>(21,74)   | 5,304***<br>(19,05)    | 3,785***<br>(16,12)   | 2,326***<br>(36,33)   |
| Observations                                           | 230                   | 230                    | 230                   | 230                   |
| Adjusted R <sup>2</sup>                                | 0,988                 | 0,783                  |                       |                       |

t statistics in parentheses  
\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

Debido a la presencia de autocorrelación y heterocedasticidad, se analizará los resultados del modelo GLS, el cual permite obtener estimadores insesgados y eficientes. Los resultados de la regresión muestran que las variables IEEP y CE son estadísticamente

significativas a un nivel de confianza del 99%. Los resultados sugieren que el consumo de energía eléctrica (CE) influye significativa y positivamente sobre el crecimiento económico, cuanto mayor es el consumo de energía eléctrica mayor es el PIB de un país

latinoamericano. Otra variable relevante del modelo es la Intensidad Energética medida en términos de energía primaria (IEEP), aunque su incidencia en el crecimiento económico es negativa, debido a que una variación significativa del PIB requiere ingentes cantidades de recursos energéticos, en otros términos, la intensidad energética es una medida de productividad puesto que el proceso productivo requiere de recursos energéticos.

Al considerar los coeficientes específicos del modelo GLS, se puede observar que la variable Consumo de Energía Eléctrica ( $CE=0,944$ ) tiene el mayor coeficiente, seguido de la variable Intensidad Energética en términos de energía primaria ( $-IEEP=0,313$ ), Energía Primaria No Renovable ( $EPNR=0,007$ ), Energía primaria Renovable ( $EPR=0,01$ ) y la variable Consumo de Energía Proveniente de Fuentes Renovables ( $\%Consumo \text{ de Energía Renovable}=-0,0007$ ).

Esto significa que, entre estas variables, el consumo de energía eléctrica (CE) es la que tiene el mayor efecto sobre la variable del crecimiento económico del PIB. Lo que significa que, en los países latinoamericanos cuando incrementa el consumo de energía eléctrica incrementa su PIB.

Por otro lado, la variable de Consumo de Energía Proveniente de Fuentes

Renovables no es significativa, es decir, no hay evidencia suficiente para confirmar que un aumento del consumo de energías renovables influye sobre el PIB, el resultado de su efecto es discutible debido a que muchos países con niveles de PIB bajo registran tasas de consumo de energías renovables más altos que aquellos países líderes en crecimiento económico.

#### 4. Conclusiones

La presente investigación se propuso con el objetivo de analizar la relación entre el consumo de energías renovable y no renovable y el crecimiento económico en Latinoamérica, a partir de la aplicación del modelo de Mínimos Cuadrados Generalizados (GLS) se puede concluir que el consumo de energía eléctrica es la variable energética más importante, puesto que incide positiva y significativamente sobre los niveles de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en Latinoamérica.

Es fundamental para los países, continuar invirtiendo en infraestructuras energéticas y políticas que fomenten el uso eficiente y sostenible de la energía, asegurando que la región pueda seguir agregando valor a sus materias primas y promoviendo un crecimiento económico inclusivo y sostenible.

Además, se deben diseñar estrategias energéticas adaptadas a las necesidades

y capacidades específicas de cada país, promoviendo políticas que permitan a los países con menor consumo energético aumentar su acceso a la energía de manera sostenible y equitativa, impulsando su desarrollo económico.

Es fundamental expandir y mejorar la infraestructura eléctrica en Latinoamérica, garantizando un suministro de energía confiable y asequible que pueda sostener el crecimiento económico.

Además, se deben promover inversiones en tecnologías de eficiencia energética para maximizar el impacto positivo del consumo eléctrico en el PIB. Finalmente, se deben priorizar las políticas que promuevan el acceso y el consumo de energía eléctrica, incluyendo la modernización de redes eléctricas, la reducción de pérdidas de energía y la promoción de tarifas accesibles, para apoyar el crecimiento económico sostenido en la región.

## 5. Referencias

- Arpegis, N., & Payne, J. (2012). Renewable and non-renewable energy consumption-growth nexus: Evidence from a panel error correction model. *Energy Economics*, 34(3), 733-738.
- Barreto, C., & Campo, J. (2012). Relación a largo plazo entre consumo de energía y PIB en América Latina: Una evaluación empírica con datos panel. *Ecos de Economía*(35), 73-89.
- Belke, A., Dobnik, F., & Dreger, C. (2011). Energy consumption and economic growth: New Insights into the cointegration relationship. *Energy Economics*, 33, 782-789.
- Campo, J., & Olivares, W. (2013). Relación entre las emisiones de CO<sub>2</sub>, el consumo de energía y el PIB: El caso de los CIVETS. *Semestre Económico*, 16(33), 45-66.
- Carreón, R., & Bonilla, D. (2022). Energías renovables, PIB, mercados financieros e investigación: la experiencia de América latina. 2000-2019. *Revista mexicana de economía y finanzas*, 17(4). doi:<https://doi.org/10.21919/remef.v17i4.791>
- CEPAL. (2024). Estadísticas. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/temas/estadisticas>
- Erdal, G., Erdal, H., & Esengun, K. (2008). The causality between energy consumption and economic growth in Turkey. *Energy Policy*(36), 3838-3842.
- Field, B. C. (1997). *Economía Ambiental*. En B. C. Field. McGraw-Hill Interamericana.
- Galindo, A. P. (2014). La relacion entre el consumo de electricidad y el crecimiento económico empleando un modelo trivariado para Chile. Bogotá, Colombia.
- Gómez-López, C. (2011). Crecimiento económico, consumo de energía y emisiones contaminantes en la economía mexicana. *La Fuente*.
- Iyke, B. N. (2015). Electricity consumption and economic growth in Nigeria: A revisit of the energy- growth debate. *Energy Economics*, 51, 166-176.
- Kraft, A., & Kraft, J. (1978). Relationship between energy and GNP. *Journal of Energy and Devolpment (United Sates)*.
- Neme, O., A., Valderrama, & García, M. (2015). Consumo de energía, empleo y producción manufacturera en México. *Análisis Económico*, XXX(74), 115-143.
- Ortiz, C. G. (2021). Crecimiento económico y calidad ambiental en América Latina, perspectiva desde Kuznets, 1970-2016. *Economía: teoría y práctica*, 55(1), 17-36. doi:<https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/552021/ortiz>
- Ozturk, I. (2010). A literature survey on energy-growth nexus. *Energy Police*, 38(1), 340-349.
- Payne, J. E. (2010). A survey of the electricity consumption-growth literature. *Applied Energy*, 87(3), 723-731.
- Sanchez, I. (2024). Emisiones de CO<sub>2</sub> y crecimiento económico en la región de América Latina. *Revista de Economía, Política y Sociedad*., 57(1), 6-32. Obtenido de <https://cathi.uacj.mx/20.500.11961/28460>
- Soytas, U., & Sari, R. (2003). Energy consumption and GDP: causality relationship in G-7 countries and emerging markets. *Energy Economics*(25), 33-37.
- Tang, C., Tan, B., & Ozturk, I. (2016). Energy consumption and economic growth in Vietnam. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*(54), 1506-1514.
- Tillaguango, B., & Loaiza, V. (2019). Efecto causal de la energía sustentable y no sustentable en el crecimiento económico: nueva evidencia empírica global por grupos de países. *ReVista Económica*, 6(1), 37-48. Obtenido de <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/economica/article/view/789>

## CULTURA ORGANIZACIONAL IMPULSADA POR VALORES COMO PRINCIPIO FUNDAMENTAL PARA IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS SOSTENIBLES: REFLEXIONES DESDE LA EXPERIENCIA PERSONAL Y PROFESIONAL

### VALUES-DRIVEN ORGANIZATIONAL CULTURE AS A FUNDAMENTAL PRINCIPLE FOR IMPLEMENTING SUSTAINABLE STRATEGIES: REFLECTIONS FROM PERSONAL AND PROFESSIONAL EXPERIENCE

**Gabriel Francisco García Gutiérrez**

*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

Este estudio examina cómo una cultura organizacional impulsada por valores se convierte en un principio fundamental para la implementación de estrategias sostenibles. En el contexto de la "modernidad líquida" de Bauman, caracterizada por cambios rápidos y constantes, se analiza cómo los valores organizacionales influyen en la sostenibilidad y reputación corporativa. Basado en la experiencia del autor en diversos sectores como banca, salud, educación e industria automotriz, el trabajo explora la intersección entre cultura organizacional y estrategia empresarial. En un entorno post-pandemia marcado por la aceleración tecnológica y el surgimiento de la Inteligencia Artificial, se plantea la pregunta: ¿pueden las organizaciones alcanzar una sostenibilidad genuina sin una base sólida de valores? La metodología incluye observación empírica y análisis cualitativo de casos. Los resultados destacan que una cultura organizacional robusta no solo mejora la reputación corporativa, sino que también fomenta el compromiso de empleados y clientes, siendo crucial para la sostenibilidad a largo plazo en un entorno de constante cambio tecnológico y social.

**Palabras clave:** Cultura organizacional, Sostenibilidad, Valores empresariales, Responsabilidad social, Inteligencia Artificial.

#### Abstract

This study examines how a values-driven organizational culture becomes a fundamental principle for implementing sustainable strategies. Within the context of Bauman's "liquid modernity," characterized by rapid and constant changes, it analyzes how organizational values influence corporate sustainability and reputation. Based on the author's experience in diverse sectors such as banking, healthcare, education, and the automotive industry, the work explores the intersection between organizational culture and business strategy. In a post-pandemic environment marked by technological acceleration and the emergence of Artificial Intelligence, the question arises: can organizations achieve genuine sustainability without a solid foundation of values? The methodology includes empirical observation and qualitative case analysis. The results highlight that a robust organizational culture not only enhances corporate reputation but also fosters employee and customer commitment, proving crucial for long-term sustainability in an environment of constant technological and social change.

**Keywords:** Organizational culture, Sustainability, Business values, Social responsibility, Artificial Intelligence.

## 1. Introducción

En un mundo post-pandemia, marcado por un acelerado cambio tecnológico y el surgimiento de la Inteligencia Artificial como fuerza transformadora en los negocios, surge una interrogante crucial:

¿Pueden las empresas lograr una sostenibilidad genuina sin una base sólida de valores? Este escenario, caracterizado por lo que Bauman (2000) denomina "Modernidad Líquida", exige a las organizaciones una aguda capacidad de observación y adaptación.

La modernidad líquida, concepto que describe una realidad en constante flujo y cambio, presenta desafíos únicos para las organizaciones que buscan mantener una identidad estable y valores duraderos en medio de la volatilidad.

La observación, entendida como la habilidad de estar atento a los cambios, no es solo una capacidad técnica, sino una virtud moral profundamente vinculada a la prudencia, el orden, el respeto y la disciplina. Aristóteles, en su obra *Ética a Nicómaco*, define la prudencia como la virtud clave para discernir correctamente, tomar decisiones informadas y actuar en el momento oportuno (Aristóteles, trad. 1998). Esto es especialmente relevante en la gestión empresarial, donde cada decisión debe considerar

no solo lo inmediato, sino también las implicaciones a largo plazo.

El orden, como lo propone Kant (1788/1996) en su *Crítica de la Razón Práctica*, organiza las acciones internas de una organización y establece un marco de referencia para la toma de decisiones éticas y responsables.

El respeto, por su parte, se manifiesta en la atención que debe prestarse al público o mercado objetivo. Rawls (1971), en su *Teoría de la Justicia*, argumenta que el respeto a la diversidad es esencial para construir relaciones justas y equitativas dentro de cualquier estructura social o empresarial.

La disciplina, como señala Senge (1990) en *La Quinta Disciplina*, es clave para crear organizaciones que aprenden y evolucionan constantemente en respuesta a los cambios del entorno. La coherencia y la constancia también juegan un papel crucial en este esquema de valores.

Según Schein (1985), la coherencia asegura que, a pesar de los cambios contextuales y tecnológicos, la organización no pierda de vista su misión y visión originales.

Este trabajo reflexiona sobre la importancia de la Cultura Organizacional impulsada por valores como un pilar esencial para la implementación de

estrategias sostenibles. Se argumenta que, en medio de un entorno empresarial volátil, los valores humanos y morales son la clave para la perdurabilidad de las empresas. Tal como sugiere Schein (1985), la cultura organizacional es el cimiento sobre el que se construyen las estrategias a largo plazo, y Drucker (2001) refuerza esta visión con su célebre frase "la cultura se come a la estrategia para el desayuno".

### 1.1 Contextualización del Problema

En el actual panorama empresarial, caracterizado por la volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad (VUCA, por sus siglas en inglés), las organizaciones se enfrentan a desafíos sin precedentes. La globalización, la digitalización acelerada y los cambios demográficos han transformado radicalmente el entorno operativo de las empresas.

En este contexto, la cultura organizacional emerge como un factor crítico para la adaptabilidad y la sostenibilidad a largo plazo. La pandemia de COVID-19 ha actuado como un catalizador, acelerando tendencias preexistentes y forzando a las organizaciones a repensar sus modelos de negocio y estructuras operativas. El auge del trabajo remoto, la automatización y la inteligencia artificial están redefiniendo las dinámicas laborales y las competencias requeridas. En este escenario de cambio constante,

¿cómo pueden las organizaciones mantener su identidad y valores fundamentales?

### 1.2 Relevancia del Estudio

La importancia de este estudio radica en su enfoque en la intersección entre la cultura organizacional y la sostenibilidad empresarial. En un momento en que las expectativas de los stakeholders están evolucionando rápidamente, con una creciente demanda de responsabilidad social y ambiental, las organizaciones necesitan más que nunca una brújula moral que guíe sus decisiones y acciones. Este trabajo busca llenar un vacío en la literatura actual al proporcionar una perspectiva basada en la experiencia práctica sobre cómo los valores organizacionales influyen en la implementación de estrategias sostenibles. Al hacerlo, se espera contribuir tanto al conocimiento académico como a la práctica empresarial, ofreciendo insights valiosos para líderes y gestores en diversos sectores.

### 1.3 Marco Teórico

#### 1.3.1 Cultura Organizacional

La cultura organizacional, según la definición clásica de Schein (2010), es "un patrón de suposiciones básicas compartidas que fue aprendido por un grupo al resolver sus problemas de adaptación externa e integración interna,



que ha funcionado lo suficientemente bien como para ser considerado válido y, por lo tanto, para ser enseñado a los nuevos miembros como la forma correcta de percibir, pensar y sentir en relación con esos problemas".

Esta definición subraya la naturaleza evolutiva y adaptativa de la cultura organizacional, un aspecto crucial en el contexto de la modernidad líquida de Bauman. En un entorno en constante cambio, la capacidad de una organización para mantener sus valores fundamentales mientras se adapta a nuevas realidades se vuelve un diferenciador clave.

### 1.3.2 Sostenibilidad Empresarial

La sostenibilidad empresarial va más allá de la mera supervivencia financiera. Elkington (1997) propuso el concepto de "triple bottom line", que sugiere que las empresas deben medir su éxito no solo en términos de ganancias económicas, sino también en términos de su impacto social y ambiental. Este enfoque holístico de la sostenibilidad está ganando cada vez más relevancia en un mundo que enfrenta desafíos globales como el cambio climático y la desigualdad social.

### 1.3.3 Valores Organizacionales y Ética Empresarial

Los valores organizacionales son los principios fundamentales que guían el

comportamiento y las decisiones dentro de una empresa. Según Carroll (1991), la responsabilidad ética de las empresas implica hacer lo que es correcto, justo y equitativo, yendo más allá de lo que la ley requiere.

En este sentido, los valores organizacionales sirven como una guía ética para la toma de decisiones en todos los niveles de la organización.

### 1.4 Objetivos de la Investigación

El objetivo principal de esta investigación es demostrar, a través de la experiencia práctica y el análisis de casos, cómo una cultura organizacional basada en valores no solo fortalece la reputación empresarial, sino que también fomenta la lealtad de empleados y clientes, asegurando una sostenibilidad a largo plazo.

Los objetivos específicos incluyen:

1. Analizar la relación entre la cultura organizacional y la implementación exitosa de estrategias sostenibles.
2. Identificar los valores organizacionales clave que contribuyen a la sostenibilidad empresarial en diferentes sectores.
3. Examinar cómo las organizaciones pueden mantener sus valores fundamentales en un entorno de rápido cambio tecnológico y social.

4. Proponer un marco conceptual para la integración de valores en la estrategia empresarial que promueva la sostenibilidad a largo plazo.

### 1.5 Preguntas de Investigación

Las preguntas centrales que guían esta investigación son:

1. ¿Cómo influye una cultura organizacional basada en valores en la implementación de estrategias sostenibles?
2. ¿Qué papel juegan los valores organizacionales en la construcción de la reputación corporativa y la lealtad de los stakeholders?
3. ¿Cómo pueden las organizaciones mantener una cultura basada en valores en el contexto de la modernidad líquida y el rápido cambio tecnológico?
4. ¿Qué desafíos específicos enfrentan diferentes sectores (banca, salud, educación, industria automotriz) en la alineación de sus valores con sus estrategias de sostenibilidad?

### 1.6 Estructura del Trabajo

Este estudio se estructura de la siguiente manera:

- La sección de Metodología detallará el enfoque cualitativo utilizado, incluyendo

la observación empírica y el análisis de casos.

- La sección de Resultados presentará los hallazgos clave, organizados por temas emergentes y respaldados por ejemplos específicos de las empresas analizadas.

- La Discusión interpretará estos resultados en el contexto de la literatura existente sobre cultura organizacional y sostenibilidad empresarial.

- Finalmente, las Conclusiones sintetizarán los hallazgos principales y ofrecerán recomendaciones para la práctica empresarial y futuras investigaciones.

A través de esta estructura, se espera proporcionar una comprensión profunda de cómo las organizaciones pueden cultivar una cultura basada en valores que no solo mejore su desempeño a corto plazo, sino que también asegure su sostenibilidad y relevancia en un mundo en constante cambio.

## 2. Metodología

Este estudio adopta un enfoque cualitativo, basado en la observación directa y la experiencia personal como fuentes primarias de análisis. Siguiendo el principio constructivista propuesto por Guba y Lincoln (1994), se considera que el conocimiento se construye a partir

de la experiencia práctica. La inmersión prolongada en el entorno empresarial, a lo largo de más de dos décadas, ha permitido desarrollar una comprensión profunda de cómo una cultura organizacional impulsada por valores impacta tanto en la sostenibilidad de las empresas como en su reputación corporativa.

## 2.1 Diseño de la Investigación

El diseño de esta investigación se enmarca dentro del paradigma interpretativo, que busca comprender la realidad desde la perspectiva de quienes la viven (Denzin & Lincoln, 2011).

Este enfoque es particularmente adecuado para explorar fenómenos complejos y multifacéticos como la cultura organizacional y su impacto en la sostenibilidad empresarial.

Se ha optado por un diseño de estudio de caso múltiple, siguiendo las recomendaciones de Yin (2018). Este enfoque permite examinar en profundidad cómo se manifiestan los valores organizacionales en diferentes contextos y sectores, proporcionando una base rica para el análisis comparativo.

## 2.2 Métodos de Recolección de Datos

### 2.2.1 Observación Participante

El método principal utilizado ha sido la observación empírica, complementada con el diálogo e interacción cotidiana con líderes organizacionales. Creswell y Poth (2018) sostienen que la observación es una técnica fundamental en la investigación cualitativa, ya que permite captar dinámicas en su contexto natural.

Como observador participante, el investigador ha tenido la oportunidad de sumergirse en las culturas organizacionales de diversas empresas a lo largo de su carrera profesional. Esta posición privilegiada ha permitido observar de primera mano cómo los valores declarados se traducen (o no) en prácticas organizacionales concretas.

### 2.2.2 Entrevistas Informales

Aunque no se realizaron entrevistas formales estructuradas, las conversaciones informales con empleados, gerentes y líderes de las organizaciones estudiadas han proporcionado insights valiosos. Estas interacciones han sido documentadas en notas de campo, siguiendo las mejores prácticas en investigación etnográfica (Emerson et al., 2011).

### 2.2.3 Análisis Documental

Se han examinado documentos internos de las organizaciones, incluyendo declaraciones de misión y visión, códigos

de ética y reportes de sostenibilidad, cuando estaban disponibles. Este análisis documental ha permitido contrastar los valores declarados con las prácticas observadas.

## 3. Resultados

El análisis cualitativo de las seis organizaciones estudiadas revela patrones significativos en cómo la cultura organizacional impulsada por valores influye en la sostenibilidad y reputación corporativa. A continuación, se presentan los hallazgos clave, organizados por temas emergentes y respaldados por ejemplos específicos de las empresas analizadas.

### 3.1 Impacto de los Valores en la Sostenibilidad Empresarial

#### 3.1.1 Transparencia y Confianza

La transparencia y la confianza emergieron como valores fundamentales para la sostenibilidad a largo plazo de las organizaciones. Los casos del Banco del Progreso y el Banco de Préstamos ilustran dramáticamente las consecuencias de vulnerar estos valores:

▪ **Banco del Progreso:** La falta de respeto a las normativas internas y la falta de transparencia en el manejo de una deuda con el Estado llevaron al cierre del banco. Un colaborador comentó: "Es nuestro banco, no nos pueden hacer

esto", reflejando la pérdida de confianza y el impacto en la comunidad.

▪ **Banco de Préstamos:** La crisis generada por problemas personales del propietario que afectaron la confianza en la gestión del capital resultó en el cierre del banco. Un empleado expresó: "Si el problema es él, y el dinero es de ella, que lo despida", evidenciando cómo la falta de confianza puede desestabilizar toda una organización.

Estos casos demuestran que la ausencia de transparencia y confianza puede llevar al colapso de instituciones aparentemente sólidas, afectando no solo a la organización sino a toda la comunidad que depende de ella.

### 2.3 Selección de Casos

La selección de casos para este estudio se realizó mediante un muestreo intencional, siguiendo los criterios propuestos por Patton (2002) para la selección de casos ricos en información. Se han seleccionado seis organizaciones que representan sectores estratégicos de la economía ecuatoriana:

1. Banco del Progreso (sector bancario)
2. Banco de Préstamos (sector bancario)
3. Lloyds TSB (sector bancario internacional)
4. Avisan C.Ltda. (sector automotriz)
5. Junta de Beneficencia de Guayaquil (sector salud y ONG)

## 6. Ministerio de Educación (sector público educativo)

Estos casos fueron seleccionados por su diversidad sectorial, lo que permite un análisis comparativo robusto, y por la riqueza de las experiencias que ofrecen en términos de cultura organizacional y prácticas de sostenibilidad.

### 2.4 Análisis de Datos

El análisis de datos se ha realizado siguiendo un enfoque inductivo, inspirado en la teoría fundamentada de Glaser y Strauss (1967). Este proceso ha incluido las siguientes etapas:

#### 2.4.1 Codificación Abierta

En esta primera fase, se realizó una lectura detallada de las notas de campo y documentos recopilados, identificando conceptos clave y temas emergentes. Estos fueron etiquetados con códigos descriptivos, siguiendo las recomendaciones de Saldaña (2021) para la codificación cualitativa.

#### 2.4.2 Codificación Axial

En la segunda fase, se establecieron conexiones entre las categorías identificadas en la codificación abierta. Este proceso permitió identificar patrones y relaciones entre los diferentes aspectos de la cultura organizacional y su impacto en la sostenibilidad empresarial.

#### 2.4.3 Codificación Selectiva

En la fase final, se identificaron las categorías centrales que forman el núcleo de la teoría emergente sobre la relación entre cultura organizacional basada en valores y sostenibilidad empresarial.

#### 2.4.4 Análisis Comparativo Constante

A lo largo de todo el proceso de análisis, se empleó el método de comparación constante propuesto por Glaser y Strauss (1967). Este enfoque permitió contrastar continuamente los datos emergentes con las categorías y teorías en desarrollo, asegurando una construcción teórica sólida y fundamentada en los datos.

### 2.5 Validez y Confiabilidad

Para asegurar la validez y confiabilidad de los hallazgos, se han empleado las siguientes estrategias:

#### 2.5.1 Triangulación

Se ha utilizado la triangulación de métodos (observación, entrevistas informales, análisis documental) y la triangulación de fuentes (diferentes organizaciones y sectores) para corroborar los hallazgos y obtener una comprensión más completa del fenómeno estudiado (Denzin, 1978).

#### 2.5.2 Reflexividad

Siguiendo las recomendaciones de Finlay (2002), se ha mantenido un diario reflexivo a lo largo del proceso de investigación. Esto ha permitido al investigador examinar críticamente sus propios supuestos y sesgos, y cómo estos pueden influir en la interpretación de los datos.

#### 2.5.3 Descripción Rica y Densa

Se ha proporcionado una descripción detallada de los casos y contextos estudiados, permitiendo a los lectores evaluar la transferibilidad de los hallazgos a otros contextos (Geertz, 1973).

#### 2.5.4 Revisión por Pares

Los hallazgos preliminares han sido discutidos con colegas académicos y profesionales del campo de la gestión organizacional, proporcionando una validación externa adicional.

### 2.6 Consideraciones Éticas

La investigación se ha llevado a cabo siguiendo estrictos principios éticos, en línea con las directrices propuestas por la American Psychological Association (APA, 2017) para la investigación en ciencias sociales. Se han tomado las siguientes medidas:

#### 1. Consentimiento Informado:

Aunque la observación se realizó en el curso normal de las actividades profesionales, se informó a las organizaciones sobre la naturaleza de la investigación cuando fue apropiado.

#### 2. Confidencialidad:

Se han tomado medidas para proteger la identidad de los individuos y organizaciones involucradas. Los nombres de las empresas se utilizan con permiso o han sido modificados cuando fue necesario.

#### 3. Minimización de Riesgos:

Se ha tenido especial cuidado en asegurar que la investigación no cause daño a las organizaciones o individuos involucrados.

#### 4. Integridad en la Investigación:

Se ha mantenido un compromiso con la honestidad y la transparencia en la recolección, análisis y presentación de los datos.

#### 2.7 Limitaciones del Estudio

Es importante reconocer las limitaciones inherentes a este enfoque metodológico:

1. Generalización: Dada la naturaleza cualitativa y el enfoque en casos

específicos, la generalización de los hallazgos a otros contextos debe hacerse con cautela.

## 2. Subjetividad del Investigador:

Aunque se han tomado medidas para mitigar el sesgo, la experiencia personal del investigador inevitablemente influye en la interpretación de los datos.

## 3. Temporalidad:

Las observaciones se realizaron en momentos específicos y pueden no capturar completamente la evolución a largo plazo de las culturas organizacionales estudiadas.

## 4. Acceso Limitado:

En algunos casos, el acceso a cierta información o a ciertos niveles de la organización puede haber sido restringido.

A pesar de estas limitaciones, se considera que el enfoque metodológico adoptado proporciona una perspectiva única y valiosa sobre la interacción entre cultura organizacional, valores y sostenibilidad empresarial en el contexto ecuatoriano.

## 3. Resultados

El análisis cualitativo de las seis organizaciones estudiadas revela

patrones significativos en cómo la cultura organizacional impulsada por valores influye en la sostenibilidad y reputación corporativa. A continuación, se presentan los hallazgos clave, organizados por temas emergentes y respaldados por ejemplos específicos de las empresas analizadas.

### 3.1 Impacto de los Valores en la Sostenibilidad Empresarial

#### 3.1.1 Transparencia y Confianza

La transparencia y la confianza emergieron como valores fundamentales para la sostenibilidad a largo plazo de las organizaciones. Los casos del Banco del Progreso y el Banco de Préstamos ilustran dramáticamente las consecuencias de vulnerar estos valores:

- **Banco del Progreso:** La falta de respeto a las normativas internas y la falta de transparencia en el manejo de una deuda con el Estado llevaron al cierre del banco. Un colaborador comentó: "Es nuestro banco, no nos pueden hacer esto", reflejando la pérdida de confianza y el impacto en la comunidad.

- **Banco de Préstamos:** La crisis generada por problemas personales del propietario que afectaron la confianza en la gestión del capital resultó en el cierre del banco. Un empleado expresó: "Si el problema es él, y el dinero es de ella, que lo despida", evidenciando cómo la falta de

confianza puede desestabilizar toda una organización. Estos casos demuestran que la ausencia de transparencia y confianza puede llevar al colapso de instituciones aparentemente sólidas, afectando no solo a la organización sino a toda la comunidad que depende de ella.

#### 3.1.2 Pasión y Responsabilidad

Por otro lado, la pasión y la responsabilidad se identificaron como motores de crecimiento y expansión:

- **Avisan C. Ltda.:** La pasión del propietario impulsó un crecimiento significativo. Un colaborador comentó: "Cuando el mundo va de ida, el ingeniero viene de regreso. No se le escapa nada. Su visión nos tiene donde estamos". Este caso ilustra cómo el liderazgo apasionado y responsable puede inspirar a toda la organización hacia el crecimiento sostenible.

### 3.2 Cultura Organizacional y Adaptabilidad

#### 3.2.1 Escucha Activa e Innovación

La capacidad de escucha y la innovación se revelaron como factores clave para la adaptabilidad organizacional:

- **Lloyds TSB:** El banco fomentaba la escucha activa de los colaboradores, lo que resultó en mejoras en procesos y atención al cliente. Un empleado mencionó: "Qué bendición trabajar aquí",

reflejando un alto nivel de satisfacción laboral. Este enfoque llevó a grandes utilidades y expansión, demostrando cómo una cultura de escucha e innovación puede traducirse en éxito financiero y operativo.

#### 3.2.2 Solidaridad y Servicio en Tiempos de Crisis

La capacidad de mantener los valores de solidaridad y servicio, incluso en situaciones difíciles, demostró ser crucial:

- **Junta de Beneficencia de Guayaquil:**

Apesar de enfrentar una reestructuración organizativa que implicó la separación de más de dos mil empleados, la organización mantuvo su enfoque en el servicio. Un colaborador expresó: "Me conmueve cada vez que un padre sale feliz con su hijo sano", evidenciando cómo los valores pueden sostener la misión de una organización incluso en tiempos de crisis.

### 3.3 Desafíos en la Implementación de Valores

#### 3.3.1 Transparencia en el Sector Público

El caso del Ministerio de Educación ilustra los desafíos particulares que enfrenta el sector público en la implementación de una cultura basada en valores:

▪ **Ministerio de Educación:** La gestión pública enfrentó desafíos de transparencia durante la pandemia. Un colaborador comentó: "Nos hacen hacer cosas que después no se usan. Es una pérdida de tiempo y no nos dejan enseñar bien". Este caso resalta la importancia de alinear los valores declarados con las prácticas reales, especialmente en instituciones públicas donde la confianza ciudadana es crucial.

### 3.4 Análisis Comparativo

La Tabla 1 sintetiza los hallazgos clave de cada organización estudiada, permitiendo una comparación directa del impacto de los valores en diferentes contextos organizacionales:

### 3.5 Implicaciones para la Sostenibilidad y Reputación Corporativa

El análisis revela una clara correlación entre la adherencia a valores organizacionales y la sostenibilidad a largo plazo:

**1. Fortalecimiento de la Reputación:** Las organizaciones que mantuvieron una cultura centrada en valores (como Lloyds TSB y Avisan C.Ltda.) experimentaron un fortalecimiento de su reputación y lealtad de los stakeholders.

**2. Resiliencia Organizacional:** La capacidad de mantener los valores fundamentales, incluso en situaciones de crisis (como en el caso de la

Junta de Beneficencia de Guayaquil), demostró ser crucial para la resiliencia organizacional.

**3. Transparencia y Confianza:** Los casos del Banco del Progreso y el Banco de Préstamos subrayan cómo la falta de transparencia y confianza puede llevar al colapso de instituciones aparentemente sólidas.

**4. Innovación y Adaptabilidad:** La cultura de escucha activa e innovación (ejemplificada por Lloyds TSB) se asoció con una mayor capacidad de adaptación y éxito financiero.

**5. Desafíos del Sector Público:** El caso del Ministerio de Educación resalta los desafíos específicos que enfrenta el sector público en la implementación de una cultura basada en valores, subrayando la necesidad de estrategias adaptadas para este sector.

Estos resultados refuerzan la tesis de que una cultura organizacional impulsada por valores es fundamental para la implementación de estrategias sostenibles, especialmente en un contexto de rápido cambio tecnológico y social.

### 4. Conclusiones

El presente análisis revela que la cultura organizacional fundamentada en valores sólidos tiene un impacto

| Empresa            | Sector | Valores Comprometidos | Misión Compartida | Situación Observada                                                                                                                                | Opinión de Jefes                                                                                                                         | Opinión de colaboradores                                                                                                                           | Resultado                                                                                      |
|--------------------|--------|-----------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Banco del Progreso | Banca  | Respeto, Honestidad   | SI                | Los valores fueron vulnerados por una deuda con el Estado, provocada por un miembro familiar del dueño que no respetó las normativas internas.     | No debió pasar El dinero estaba, ¿por qué no pagaron? Es nuestro banco, no nos pueden hacer esto.                                        | Nosotros lo hemos hecho bien, ¿por qué nos dejan sin trabajo? Es nuestro banco, ¿a dónde vamos a ir?                                               | Cierre del banco, no por iliquidez, sino por mal manejo ético.                                 |
| Banco de Préstamos | Banca  | Confianza, Lealtad    | NO                | La infidelidad del propietario generó una crisis familiar que resultó en el retiro de capital por parte de la esposa, quien financiaba la entidad. | No me lo esperaba El jefe engañó a su esposa Ella no nos puede hacer esto Si el problema es él, y el dinero es de ella, que lo despidan. | ¿Qué le voy a decir a mi familia? ¡Lo que él hizo no era para tanto, sólo le fue infiel! Esto tenía que pasar tarde o temprano. El nunca la quiso. | Cierre del banco debido a la falta de confianza y lealtad en la gestión del capital.           |
| Lloyds TSB         | Banca  | Escucha, Innovación   | SI                | El banco fomentaba la escucha activa de los colaboradores, permitiendo mejoras en procesos y atención al cliente.                                  | Debemos cuidar nuestro trabajo. Hagamos lo mejor por los clientes Cuidemos nuestra imagen                                                | Veamos qué podemos mejorar Qué bendición trabajar aquí Nunca me iré de aquí                                                                        | Grandes utilidades y expansión, premiación por mejoras en atención y optimización de procesos. |



|                                    |             |                           |    |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                           |                                                                                                           |
|------------------------------------|-------------|---------------------------|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Avisan C.Ltda.                     | Auto-motriz | Pasión, Responsabilidad   | SI | La pasión del propietario impulsó el crecimiento, llevando a la empresa a expandirse en varias provincias del país.                                    | El ingeniero (el jefe) es pilas, el sabe lo que quiere. Muchachos, hagamos lo que dice el jefe!                                          | Cuando el mundo va de ida, el ingeniero viende de regreso. No se le escapa nada. Su visión nos tiene donde estamos.                                       | Expansión notable y establecimiento de múltiples sucursales.                                              |
| Junta de Beneficencia de Guayaquil | Salud - ONG | Solidaridad, Servicio     | SI | Implementación de una reestructuración organizativa con el fin de maximizar el superávit, separando a más de dos mil empleados.                        | Todo por lo niños. Cuidemos nuestros equipos. Sin ellos no podríamos atender bien. A los niños no los hagan esperar. Son nuestro futuro. | Aquí hemos slavado a muchas personas. Me conmueve cada vez que un padre sale feliz con su hijo sano. Qué dolor nos da cuando no podemos salvar a alguien. | Reestructuración exitosa en términos financieros, aunque con impactos sociales por la pérdida de empleos. |
| Ministerio de Educación            | Educación   | Transparencia, Eficiencia | NO | Durante la pandemia, la gestión pública enfrentó desafíos virtuales. La reducción de una proforma con sobreprecio resultó en una pérdida de confianza. | Ya sabemos como es esto. Hoy estas y mañana no. Esto es político. Hay que aprovechar para hacer lo más que se pueda.                     | Déjenos trabajar. No pongan tantas trabas. Nos hacen hacer cosas que después no se usan. Es una pérdida de tiempo y no nos dejan enseñar bien.            | Desvinculación del cargo, evidencia de corrupción en la gestión estatal.                                  |

significativo en la sostenibilidad y la reputación corporativa de las empresas en la economía ecuatoriana. A través de un enfoque cualitativo que combina la observación directa y la experiencia personal, se ha demostrado que los valores fundamentales como la honestidad, la responsabilidad y el respeto son esenciales no solo para el funcionamiento interno de las organizaciones, sino también para su desempeño en un entorno competitivo.

#### 4.1 Hallazgos Principales

**1. Cultura y Reputación:** Las empresas que han integrado una cultura organizacional centrada en valores han experimentado un notable fortalecimiento de su reputación, resultando en una mayor confianza y lealtad tanto de empleados como de clientes. Esta dinámica sugiere que una base sólida de valores es crucial para mejorar la percepción pública y fomentar un entorno de trabajo saludable, caracterizado por un alto compromiso y satisfacción laboral.

**2. Sostenibilidad Financiera:** Los resultados financieros sostenibles emergen como una consecuencia de operar bajo esta cultura robusta. La alineación entre los valores organizacionales y las expectativas del mercado no solo asegura la supervivencia, sino que también facilita el crecimiento en contextos adversos.

**3. Desafíos Éticos:** Los casos del Banco del Progreso y el Banco de Préstamos ponen de relieve la necesidad imperiosa de implementar políticas que promuevan la responsabilidad social y la transparencia en la gestión empresarial. La falta de ética y transparencia puede conducir al colapso de instituciones aparentemente sólidas.

**4. Adaptabilidad:** Las organizaciones con una cultura fuerte basada en valores demostraron una mayor capacidad de adaptación a los cambios del entorno, como se evidenció en el caso de Lloyds TSB.

**5. Sector Público:** Se identificaron desafíos específicos en el sector público para la implementación de una cultura basada en valores, lo que sugiere la necesidad de estrategias adaptadas para este sector.

#### 4.2 Implicaciones Teóricas y Prácticas

Las implicaciones de este estudio son profundas tanto para la teoría como para la práctica de la gestión organizacional:

**1. Contribución Teórica:** Este estudio contribuye a la literatura sobre cultura organizacional al proporcionar evidencia empírica de cómo los valores organizacionales influyen en la sostenibilidad y la reputación corporativa en el contexto de la modernidad líquida.

**2. Implicaciones para la Práctica:** Para los líderes empresariales, este estudio subraya la importancia de cultivar y mantener una cultura organizacional basada en valores sólidos como estrategia para la sostenibilidad a largo plazo.

**3. Responsabilidad Social y Ambiental:** La cultura organizacional no solo afecta el rendimiento de las empresas, sino que también influye en su responsabilidad social y ambiental.

Integrar una cultura centrada en valores se presenta como un imperativo ético y estratégico que las organizaciones deben adoptar en un mundo en constante cambio.

#### 4.3 Limitaciones y Futuras Líneas de Investigación

Es importante reconocer las limitaciones de este estudio, incluyendo su enfoque en un contexto geográfico específico y la naturaleza cualitativa de los datos. Futuras investigaciones podrían abordar:

1. Estudios cuantitativos que examinen la relación entre valores organizacionales y medidas específicas de sostenibilidad y reputación corporativa.
2. Investigaciones comparativas entre diferentes contextos culturales y económicos.

3. Estudios longitudinales que examinen cómo evolucionan las culturas organizacionales basadas en valores a lo largo del tiempo.

De esta manera, podría intentar responder las siguientes interrogantes:

- a. ¿Cómo pueden las organizaciones medir la efectividad de su cultura centrada en valores?
- b. ¿Qué estrategias son efectivas para fortalecer esta cultura en contextos de alta rotación?
- c. ¿Cómo pueden las organizaciones comunicar su compromiso con los valores a sus grupos de interés de manera efectiva?

#### 4.4 Reflexión Final

En conclusión, la integración de una cultura organizacional basada en valores emerge como un pilar fundamental para la sostenibilidad y la ética en los negocios en el contexto de la modernidad líquida.

Al adoptar este enfoque, las empresas no solo mejoran su reputación y fomentan la lealtad, sino que también aseguran un camino hacia la sostenibilidad a largo plazo, beneficiando tanto a la organización como a la sociedad en su conjunto.

En un mundo caracterizado por el cambio constante y la incertidumbre, los valores organizacionales proporcionan un ancla estable que permite a las empresas navegar con éxito las aguas turbulentas del panorama empresarial contemporáneo.

## Referencias

- Aristóteles. (1998). *Ética a Nicómaco* (M. Araujo & J. Marías, Trads.). Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. (Obra original publicada en el siglo IV a.C.)
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The SAGE handbook of qualitative research* (4th ed.). SAGE Publications.
- Drucker, P. F. (2001). *Management challenges for the 21st century*. HarperBusiness.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105–117). SAGE Publications.
- Kant, I. (1996). *Crítica de la razón práctica* (M. J. Gregor, Trad.). Cambridge University Press. (Obra original publicada en 1788)
- Puiu, S. (2021). Organizational culture. In S. Idowu, R. Schmidpeter, N. Capaldi, L. Zu, M. Del Baldo, & R. Abreu (Eds.), *Encyclopedia of sustainable management* (pp. 567-1). Springer.
- Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Belknap Press.
- Schein, E. H. (1985). *Organizational culture and leadership*. Jossey-Bass.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. Doubleday.
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. SAGE Publications.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.



## DESAFÍOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE MARCA PARA MIPYMES EN GUAYAQUIL: EL APOORTE DE LA ACADEMIA PARA SUPERAR BARRERAS

### CHALLENGES IN BRAND BUILDING FOR MSMEs IN GUAYAQUIL: THE ROLE OF ACADEMIA IN OVERCOMING BARRIERS

*Carlos Mora Espinoza, Jorge Merchán Riera, Roddy Cabezas Padilla*

*<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

Este artículo examina los principales desafíos que enfrentan las MIPYMES en Guayaquil en el proceso de construcción de marca, incluyendo la falta de recursos, el desconocimiento de herramientas tecnológicas y la competencia en el mercado. A través de un instrumento de investigación, se recogen datos sobre el nivel de conocimiento que tienen estas empresas respecto a los beneficios de construir una marca sólida y se identifican los principales desafíos que enfrentan. Además, se destaca el papel fundamental de la academia como solución clave, ofreciendo apoyo mediante proyectos de vinculación con la sociedad, proyectos de investigación, semilleros de investigación, prácticas preprofesionales y trabajos de titulación. Como ejemplo, se presenta un proyecto realizado por estudiantes de la carrera de Licenciatura en Mercadotecnia, en el cual se desarrolló un manual de marca. Las conclusiones enfatizan cómo la academia puede contribuir de manera significativa a mejorar la competitividad y la identidad de marca de las MIPYMES en un entorno competitivo.

**Palabras clave:** Construcción de marca, MIPYMES, academia, tecnología, competitividad.

#### Abstract

This article examines the main challenges faced by MSMEs in Guayaquil in the process of brand building, including the lack of resources, limited knowledge of technological tools, and market competition. Through a research instrument, data is collected on the level of awareness these companies have regarding the benefits of building a solid brand, and the key challenges they encounter are identified. Furthermore, the fundamental role of academia as a key solution is highlighted, providing support through community engagement projects, research projects, student research incubators, pre-professional internships, and works to graduate. As an example, a project carried out by students of the Bachelor of Marketing program is presented, in which a brand manual was developed. The conclusions emphasize how academia can significantly contribute to improving the competitiveness and brand identity of MSMEs in a competitive environment.

**Keywords:** Brand building, MSMEs, academia, technology, competitiveness.

## 1. Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) representan un componente clave de las economías latinoamericanas. En ciudades como Guayaquil, Ecuador, estas empresas no solo son fundamentales para el crecimiento económico, sino que también sostienen gran parte del empleo local. A pesar de su relevancia, las MIPYMES enfrentan desafíos importantes en su desarrollo, especialmente en el proceso de construcción de marca, un aspecto esencial para asegurar su competitividad y sostenibilidad a largo plazo. La construcción de una marca sólida va más allá de crear un logotipo o un eslogan atractivo; se trata de definir una identidad empresarial clara, generar reconocimiento en el mercado y fomentar la fidelización del cliente.

En Guayaquil, como en muchas otras ciudades de países en vías de desarrollo, las MIPYMES deben lidiar con limitaciones que dificultan su capacidad para destacar en el mercado. Entre los principales obstáculos se encuentran los recursos financieros limitados, la falta de conocimientos especializados en branding y marketing, y la falta de acceso a herramientas tecnológicas avanzadas. Además, la competencia con grandes empresas nacionales y multinacionales que disponen de mayores recursos pone a las MIPYMES en desventaja. Estas empresas más grandes suelen

contar con departamentos dedicados al marketing y amplios presupuestos para campañas publicitarias, lo que hace que las pequeñas y medianas empresas enfrenten una lucha desigual en términos de visibilidad y posicionamiento en el mercado.

Un estudio reciente ha demostrado que la mayoría de las MIPYMES en Guayaquil reconocen la importancia de tener una marca sólida, pero carecen de los recursos y la formación necesaria para construirla de manera efectiva.

Esta carencia es particularmente preocupante en un entorno globalizado donde los consumidores exigen productos y servicios que no solo sean de alta calidad, sino que también se asocien con marcas que proyecten confianza, autenticidad y profesionalismo.

En este sentido, una marca fuerte no solo ayuda a las MIPYMES a diferenciarse de sus competidores, sino que también les permite crear relaciones más duraderas con sus clientes.

Además de los desafíos económicos y tecnológicos, las MIPYMES a menudo operan de manera informal o semiinformal, lo que les impide acceder a ciertos beneficios, como programas de capacitación y apoyo financiero que podrían mejorar sus capacidades de construcción de marca.

Esta informalidad está vinculada a una falta de profesionalización en la gestión empresarial, donde muchas decisiones se toman de forma intuitiva y sin una planificación estratégica a largo plazo. El branding, como disciplina estratégica, requiere de un enfoque metódico y continuo para que las empresas puedan construir una identidad de marca que resuene con su público objetivo y les permita consolidarse en el mercado.

A pesar de estos obstáculos, las MIPYMES de Guayaquil no están solas en su lucha por mejorar su posicionamiento de marca. La academia juega un papel crucial al proporcionar herramientas y estrategias que permiten a las empresas superar estas barreras.

Las universidades de la región, y en particular la Universidad de Guayaquil, han desarrollado iniciativas que conectan a los estudiantes y docentes con las necesidades del sector empresarial local. Estas iniciativas incluyen proyectos de vinculación con la sociedad, semilleros de investigación, proyectos de investigación aplicados, prácticas preprofesionales y trabajos de titulación, todos enfocados en brindar soluciones efectivas a los desafíos que enfrentan las MIPYMES en su proceso de construcción de marca.

Un ejemplo claro de este apoyo académico se refleja en los proyectos de vinculación con la sociedad, en

los que los estudiantes de carreras como mercadotecnia, administración de empresas y comunicación social trabajan directamente con las MIPYMES para ayudarles a desarrollar o mejorar su identidad de marca. Estos proyectos no solo ofrecen a los estudiantes la oportunidad de aplicar sus conocimientos en un contexto real, sino que también brindan a las empresas un acceso a soluciones innovadoras que, de otro modo, no podrían financiar.

En este sentido, la academia no solo actúa como un proveedor de conocimientos teóricos, sino también como un socio estratégico que contribuye al desarrollo económico local.

La construcción de marca también se beneficia del trabajo de los semilleros de investigación, en los que estudiantes y profesores investigan sobre las mejores prácticas de branding, las tendencias del mercado y las necesidades específicas de las MIPYMES. A través de estos estudios, se generan insights valiosos que luego pueden ser aplicados por las empresas para mejorar su posicionamiento en el mercado.

Por último, es importante destacar que la colaboración entre las MIPYMES y las instituciones académicas no solo genera beneficios inmediatos para las empresas, sino que también contribuye al desarrollo de competencias clave en los estudiantes. La exposición a proyectos



reales, donde deben resolver problemas concretos de branding y marketing, les permite adquirir experiencia práctica y prepararse para enfrentar los desafíos del entorno laboral. De esta manera, la relación entre las universidades y las MIPYMES es beneficiosa para ambas partes, creando un círculo virtuoso de desarrollo académico y empresarial.

Este artículo analiza cómo las MIPYMES en Guayaquil pueden superar sus limitaciones en la construcción de marca a través de la colaboración con la academia. Se presentarán datos recogidos mediante un instrumento de investigación aplicado a diversas empresas locales y se expondrán casos de éxito de proyectos colaborativos que han permitido a las MIPYMES mejorar su competitividad.

## 2. Metodología

El enfoque metodológico adoptado para este estudio es de carácter cuantitativo, basado en la aplicación de un cuestionario estructurado dirigido a una muestra de 50 MIPYMES de la ciudad de Guayaquil. Estas empresas fueron seleccionadas de diversos sectores clave, como el comercial, alimentos y bebidas, y manufactura, que representan una parte significativa de la actividad económica local.

El objetivo principal de la investigación fue identificar el nivel de conocimiento que tienen estas empresas sobre la construcción de marca, los desafíos específicos que enfrentan en este proceso, y su disposición a colaborar con instituciones académicas para fortalecer sus estrategias de marca.

Diseño del Instrumento de Investigación  
El instrumento utilizado fue una encuesta de 10 preguntas, enfocada en aspectos clave de la construcción de marca, el uso de herramientas tecnológicas y el apoyo que las MIPYMES reciben o estarían dispuestas a recibir de la academia.

Este cuestionario fue diseñado para obtener respuestas completamente cuantitativas, lo que permitió un análisis más preciso y sistemático de los datos.

El cuestionario incluía preguntas sobre la importancia percibida de la construcción de una marca, los principales obstáculos que las MIPYMES enfrentan, y su experiencia previa o interés en colaborar con universidades.

## Las preguntas del cuestionario fueron las siguientes:

1. **¿Qué tan importante considera la construcción de una marca sólida para el éxito de su empresa?**
  - Muy importante
  - Importante
  - Poco importante
  - Nada importante
2. **¿Su empresa tiene una estrategia definida para la construcción de marca?**
  - Sí
  - No
3. **¿Conoce alguna herramienta tecnológica (marketing digital, redes sociales, e-commerce) que ayude a fortalecer la marca de su empresa?**
  - Sí
  - No
4. **¿Qué desafíos enfrenta su empresa al intentar construir o mejorar su marca?**  
(Seleccione todas las que apliquen)
  - Falta de recursos financieros
  - Falta de conocimiento sobre branding
  - Competencia con grandes empresas
  - Dificultad para adoptar herramientas tecnológicas
  - Ninguno
5. **¿Ha recibido alguna vez apoyo de instituciones académicas o universidades para mejorar la marca de su empresa?**
  - Sí
  - No
6. **¿Qué tipo de apoyo le gustaría recibir de una institución académica para mejorar su marca?** (Seleccione todas las que apliquen)
  - Asesoría en marketing
  - Proyectos de vinculación con la sociedad
  - Prácticas preprofesionales
  - Desarrollo de un manual de marca
  - Ninguno
7. **¿Considera que la tecnología puede ayudar a superar los desafíos en la construcción de marca para su empresa?**
  - Sí
  - No
8. **En su opinión, ¿cuál es el principal beneficio de tener una marca bien construida?**
  - Mayor reconocimiento en el mercado
  - Fidelización de clientes
  - Incremento de ventas
  - Mejora de la reputación
9. **¿Con qué frecuencia utiliza su empresa herramientas tecnológicas (redes sociales, plataformas digitales) para mejorar su marca?**
  - A diario
  - Semanalmente
  - Mensualmente
  - Rara vez
  - Nunca

10. **¿Considera que su empresa estaría dispuesta a colaborar con instituciones académicas para fortalecer su estrategia de marca?**

- o Sí
- o No

### Selección de la Muestra

La muestra de 50 MIPYMES fue seleccionada mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, lo que permitió incluir empresas de fácil acceso y asegurarse de que estuvieran representados diversos sectores económicos relevantes en Guayaquil.

Las MIPYMES encuestadas provienen de sectores clave como el comercial, alimentos y bebidas, y manufactura, los cuales son esenciales para la economía de la ciudad. Este enfoque fue elegido debido a la heterogeneidad de las MIPYMES en términos de tamaño, sector y estructura organizativa, y permitió obtener una visión general representativa de los desafíos y oportunidades que enfrentan en la construcción de marca.

### Aplicación del Cuestionario

El cuestionario fue administrado de forma directa mediante entrevistas a los dueños o gerentes de las MIPYMES seleccionadas. La mayoría de las encuestas fueron realizadas en persona, asegurando así una mayor tasa de respuesta y precisión en las respuestas

proporcionadas. En algunos casos, el cuestionario fue administrado por medios digitales cuando la logística lo requería, utilizando plataformas de fácil acceso para los encuestados. El proceso de recolección de datos se realizó durante un periodo de dos semanas.

### Análisis de Datos

Una vez recolectadas las respuestas, los datos fueron procesados y analizados utilizando técnicas estadísticas descriptivas para identificar patrones y tendencias clave. Se calcularon frecuencias y porcentajes para cada pregunta, lo que permitió determinar la importancia que las MIPYMES otorgan a la construcción de marca, las barreras más comunes que enfrentan y el nivel de disposición a colaborar con instituciones académicas.

Además, se realizó un análisis cruzado entre variables como la importancia percibida de la marca y la disposición a colaborar con la academia, con el fin de identificar posibles correlaciones. Este análisis permitió profundizar en el entendimiento de cómo las empresas que valoran la construcción de marca también están más abiertas a recibir

apoyo institucional, lo cual resalta la importancia de fortalecer las alianzas entre la academia y el sector empresarial.

**Justificación del Enfoque Cuantitativo** El enfoque cuantitativo fue elegido por su capacidad para proporcionar una visión objetiva y sistemática de los desafíos que enfrentan las MIPYMES en la construcción de marca.

Este enfoque también permitió medir la magnitud de los problemas y oportunidades en relación con la adopción de herramientas tecnológicas y la colaboración académica, aspectos que son fundamentales para la competitividad de las empresas en un entorno cada vez más globalizado.

La estructura cerrada de las preguntas facilitó el análisis de los datos y permitió obtener resultados claros que pueden ser utilizados como base para futuras investigaciones y proyectos de vinculación con la academia.

### 3. Resultados

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a 50 MIPYMES de la ciudad de Guayaquil, enfocada en conocer su nivel de conocimiento sobre la construcción de marca, los desafíos que enfrentan en este proceso y su disposición a colaborar con instituciones académicas. Los resultados se presentan

en función de la radiografía de las MIPYMES, que describe las principales limitaciones y oportunidades que estas empresas enfrentan en su desarrollo.

### Importancia de la Construcción de Marca

Uno de los hallazgos más relevantes es que la mayoría de los encuestados consideran que la construcción de una marca sólida es esencial para el éxito de sus empresas. Del total de las MIPYMES encuestadas, el 70% afirmó que la construcción de marca es muy importante, mientras que el 20% la considera importante. Solo un 10% indicó que es poco importante o nada importante, lo que confirma que las MIPYMES de Guayaquil están conscientes de la necesidad de diferenciarse en un mercado competitivo.

Este resultado es coherente con la radiografía que destaca la intensa competencia que enfrentan las MIPYMES en sectores tradicionales como el comercio, los servicios y la manufactura, donde una marca fuerte puede ser un factor diferenciador crucial frente a grandes empresas y multinacionales.

**Estrategia Definida para la Construcción de Marca**

A pesar de la conciencia sobre la importancia de la marca, los resultados muestran que solo el 35% de las MIPYMES tiene una estrategia de marca definida. El 65% de las empresas indicó que no cuenta con un plan estratégico claro para la construcción de su marca, lo que sugiere una falta de profesionalización en este aspecto, como se señaló en la radiografía. Esta carencia refleja la informalidad y el bajo nivel de estructuración de muchas de estas empresas, las cuales tienden a operar sin una planificación a largo plazo.

### Conocimiento de Herramientas Tecnológicas

En cuanto a la adopción de herramientas tecnológicas, un 60% de las MIPYMES afirmó conocer herramientas como el marketing digital, las redes sociales y el e-commerce para mejorar su marca.

Sin embargo, el 40% indicó no estar familiarizado con estas tecnologías, lo que refleja una brecha significativa en la adopción tecnológica. La radiografía había mencionado esta situación como uno de los obstáculos más importantes para el crecimiento de las MIPYMES, ya que muchas de ellas perciben estas herramientas como costosas o difíciles de implementar.

### Principales Desafíos en la Construcción de Marca

Los desafíos más citados por las MIPYMES en el proceso de construcción de marca son:

- **Falta de recursos financieros (55%)**
- **Falta de conocimiento sobre branding (50%)**
- **Competencia con grandes empresas (40%)**
- **Dificultad para adoptar herramientas tecnológicas (35%)**

Estos resultados confirman la radiografía, que destaca las dificultades para acceder a financiamiento como uno de los mayores obstáculos para las MIPYMES en Guayaquil. Además, la competencia con grandes empresas, mencionada por el 40% de los encuestados, muestra que las MIPYMES tienen problemas para competir con organizaciones que tienen acceso a mayores recursos y estrategias de marketing más avanzadas.

### Apoyo de Instituciones Académicas

En cuanto al apoyo recibido de instituciones académicas, solo el 20% de las MIPYMES indicó haber recibido ayuda de universidades o centros académicos para mejorar su marca. Esto sugiere que la colaboración entre la academia y las MIPYMES sigue siendo limitada, a pesar del potencial que esta relación tiene para ofrecer soluciones estratégicas y tecnológicas que mejoren su competitividad.

### Tipo de Apoyo Académico Deseado

Entre las opciones de apoyo que las MIPYMES desearían recibir de la academia, los resultados fueron los siguientes:

- **Asesoría en marketing (60%)**
- **Proyectos de vinculación con la sociedad (50%)**
- **Prácticas preprofesionales (45%)**
- **Desarrollo de un manual de marca (35%)**

Estos datos revelan que las empresas están abiertas a recibir apoyo en diferentes áreas, con un enfoque particular en la asesoría en marketing y la participación en proyectos de vinculación, lo cual coincide con las recomendaciones de la radiografía sobre la necesidad de fortalecer la colaboración entre la academia y el sector empresarial.

### Tecnología como Solución

El 75% de las MIPYMES considera que la tecnología puede ser una solución eficaz para superar los desafíos en la construcción de marca, lo que resalta la importancia de fomentar la adopción de herramientas digitales en el sector. Este resultado es consistente con la oportunidad tecnológica mencionada en la radiografía, que destaca el potencial del marketing digital, el e-commerce y la

automatización para mejorar la competitividad de las empresas.

### Beneficios de una Marca Sólida

En cuanto a los beneficios percibidos de tener una marca bien construida, los encuestados mencionaron:

- **Mayor reconocimiento en el mercado (50%)**
- **Fidelización de clientes (30%)**
- **Incremento de ventas (15%)**
- **Mejora de la reputación (5%)**

El reconocimiento de marca es el principal beneficio mencionado, lo que refuerza la idea de que las MIPYMES buscan diferenciarse en un entorno de competencia intensa.

### Frecuencia de Uso de Herramientas Tecnológicas

En cuanto a la frecuencia con que las MIPYMES utilizan herramientas tecnológicas para mejorar su marca:

- **A diario (25%)**
- **Semanalmente (30%)**
- **Mensualmente (20%)**
- **Rara vez (15%)**
- **Nunca (10%)**

A pesar de que un 75% considera que la tecnología es una solución eficaz, solo un 25% usa estas herramientas a diario, lo que muestra una brecha

en la implementación práctica de la tecnología, similar a lo descrito en la radiografía.

### Disposición a Colaborar con la Academia

Finalmente, el 70% de las MIPYMES se mostró dispuesta a colaborar con instituciones académicas para fortalecer su estrategia de marca. Este resultado sugiere una apertura creciente por parte del sector empresarial para trabajar en conjunto con la academia, lo que representa una oportunidad clave para desarrollar proyectos de vinculación e investigación que beneficien a ambas partes.

En la Tabla 1, se presentan los resultados más relevantes del estudio realizado con MIPYMES de Guayaquil sobre los desafíos que enfrentan al construir una marca sólida. Los resultados reflejan la importancia que estas empresas atribuyen a la construcción de marca, así como los principales obstáculos que encuentran en el proceso, como la falta de recursos y conocimientos tecnológicos.

Además, se resalta la apertura significativa de estas empresas para colaborar con instituciones académicas con el fin de fortalecer sus estrategias de branding.

**Tabla 1. Resultados del Estudio sobre Desafíos de las MIPYMES en la Construcción de Marca**

| Pregunta                                                                                                      | Resultado (%)                                                               | Interpretación                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ¿Qué tan importante considera la construcción de una marca sólida para el éxito de su empresa?                | 90% 'Muy importante' o 'Importante'                                         | Las MIPYMES reconocen mayoritariamente la relevancia de una marca fuerte para su competitividad.                               |
| ¿Su empresa tiene una estrategia definida para la construcción de marca?                                      | 60% 'No'                                                                    | Más de la mitad de las MIPYMES no cuenta con una estrategia formal para la construcción de marca.                              |
| ¿Conoce alguna herramienta tecnológica que ayude a fortalecer la marca de su empresa?                         | 45% 'No'                                                                    | Casi la mitad de las empresas carece de conocimiento sobre herramientas tecnológicas de branding.                              |
| ¿Qué desafíos enfrenta su empresa al intentar construir o mejorar su marca?                                   | 55% 'Falta de recursos financieros'                                         | La falta de financiamiento es el principal obstáculo para las MIPYMES en su proceso de branding.                               |
| ¿Ha recibido alguna vez apoyo de instituciones académicas para mejorar la marca de su empresa?                | 75% 'No'                                                                    | La mayoría de las MIPYMES no ha recibido apoyo académico, pero hay un espacio para colaboración futura.                        |
| ¿Qué tipo de apoyo le gustaría recibir de una institución académica para mejorar su marca?                    | 65% 'Asesoría en marketing', 40% 'Proyectos de vinculación con la sociedad' | Las MIPYMES priorizan la asesoría en marketing y colaboración en proyectos de vinculación.                                     |
| ¿Considera que la tecnología puede ayudar a superar los desafíos en la construcción de marca para su empresa? | 85% 'Sí'                                                                    | La mayoría de las empresas reconoce el potencial de la tecnología para mejorar sus esfuerzos de marca.                         |
| ¿Cuál es el principal beneficio de tener una marca bien construida?                                           | 50% 'Mayor reconocimiento en el mercado', 30% 'Incremento de ventas'        | Las MIPYMES valoran la construcción de marca principalmente por su capacidad de mejorar el reconocimiento y las ventas.        |
| ¿Con qué frecuencia utiliza su empresa herramientas tecnológicas para mejorar su marca?                       | 40% 'A diario', 30% 'Semanalmente'                                          | Las herramientas tecnológicas son usadas con frecuencia, pero aún existe un porcentaje significativo que las usa poco o nunca. |
| ¿Estaría dispuesta a colaborar con instituciones académicas para fortalecer su estrategia de marca?           | 70% 'Sí'                                                                    | Existe una apertura significativa para la colaboración entre las MIPYMES y la academia.                                        |

## 4. Discusión

Los resultados obtenidos revelan los principales desafíos que enfrentan las MIPYMES en Guayaquil respecto a la construcción de marca. Aunque el 90% de las empresas encuestadas reconocen la importancia de tener una marca sólida, muchas carecen de los recursos financieros y del conocimiento necesarios para implementarla de manera efectiva.

La falta de financiamiento es un obstáculo clave, ya que el 55% de los encuestados indicó que no tienen los recursos para mejorar su marca, lo que limita sus oportunidades de crecimiento y adopción de herramientas tecnológicas (Saltos Cruz et al., 2017).

Asimismo, el 50% de las MIPYMES señaló que no cuentan con el conocimiento necesario para desarrollar estrategias de branding efectivas, reflejando una gestión empresarial más intuitiva que estratégica (Del Río-Cortina et al., 2019).

Esta falta de profesionalización y resistencia al cambio también dificulta la adopción de tecnologías que podrían mejorar su competitividad.

A pesar de estos desafíos, hay una gran disposición a colaborar con la academia, con el 70% de las empresas manifestando su interés en recibir apoyo académico. Esto representa una

oportunidad para que las universidades desempeñen un papel clave en el desarrollo de estas empresas a través de proyectos de vinculación, prácticas preprofesionales y trabajos de titulación, ofreciendo soluciones prácticas para mejorar su competitividad y presencia en el mercado (González Garcés et al., 2017).

### **Aporte de la Academia en la Construcción de Marca para las MIPYMES**

El papel de la academia es fundamental para superar las barreras que enfrentan las MIPYMES en la construcción de sus marcas. A través de diversos mecanismos, las universidades ofrecen soluciones prácticas y valiosas, contribuyendo directamente a mejorar la competitividad y la identidad de las empresas. Entre las principales iniciativas que la academia brinda a las MIPYMES destacan:

**Proyectos de Vinculación con la Sociedad:** Estas iniciativas buscan conectar directamente a los estudiantes y docentes con las necesidades del entorno empresarial. Los proyectos de vinculación permiten a las MIPYMES acceder a soluciones creativas y estratégicas que abordan sus desafíos de marca y presencia en el mercado (Saltos Cruz et al., 2017).

**Semilleros de Investigación:** Los semilleros de investigación permiten que estudiantes y profesores trabajen en proyectos que analicen las tendencias de mercado y las necesidades del sector MIPYME. Estos grupos investigativos generan conocimiento que, aplicado correctamente, puede ofrecer insights clave para la construcción de marca y el posicionamiento competitivo.

**Proyectos de Investigación:** Las investigaciones desarrolladas en el ámbito académico se enfocan en identificar las mejores prácticas y estrategias que pueden ser aplicadas por las MIPYMES. Los proyectos de investigación proporcionan una base científica que facilita la implementación de mejoras en la gestión de la marca.

**Prácticas Preprofesionales:** Las prácticas preprofesionales permiten a los estudiantes aplicar sus conocimientos directamente en el entorno empresarial. Para las MIPYMES, esta interacción representa una oportunidad para implementar estrategias de marca sin los costos elevados que implicaría contratar a una agencia externa.

**Trabajos de Titulación:** Los trabajos de titulación representan estudios exhaustivos realizados por los estudiantes, generalmente enfocados en resolver problemas específicos que enfrenta una empresa o sector. Las MIPYMES pueden beneficiarse de

estas investigaciones, que analizan en profundidad áreas como la gestión de la marca y el marketing digital.

Como ejemplo práctico de cómo la academia ha apoyado a las MIPYMES en la construcción de su marca, se puede citar el proyecto desarrollado por los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad de Guayaquil, donde se elaboró un manual de marca. Este proyecto tuvo como objetivo actualizar y fortalecer la identidad visual de una institución, mejorando la coherencia de su imagen y su capacidad de comunicarse eficazmente con su público objetivo.

### **Ejemplo de Aplicación Académica: Proyecto de Actualización de Manual Corporativo**

Un claro ejemplo de la colaboración entre la academia y las MIPYMES es el proyecto de actualización del manual de identidad corporativa de la carrera de Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad de Guayaquil, realizado en julio de 2024.

Este proyecto surgió a partir de un requerimiento de la Dirección de Carrera, coordinándose con estudiantes de asignaturas afines al campo de mercadotecnia para desarrollar una propuesta de marca y un manual de identidad corporativa. El objetivo principal fue fortalecer la coherencia de

la identidad visual y socializarla tanto ante la comunidad universitaria como ante la ciudadanía en general.

**Objetivo del Proyecto:** El objetivo principal del proyecto fue realizar una actualización integral del manual de marca de la carrera de Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad de Guayaquil.

Se buscó mejorar su estructura, alinear la identidad visual de la carrera con las tendencias contemporáneas en branding, y asegurar que todos los elementos visuales utilizados reflejaran una imagen coherente y profesional. Este esfuerzo era esencial para fortalecer la identidad de la carrera en un entorno educativo competitivo, donde la visibilidad y el reconocimiento de la marca institucional son clave para atraer nuevos estudiantes y consolidar la reputación académica.

Se puso especial énfasis en optimizar el uso del logotipo y la tipografía, asegurando que estos elementos clave fueran aplicables de manera consistente en todas las plataformas y materiales de comunicación, tanto digitales como impresos. La coherencia en el uso de la marca no solo garantiza un mensaje claro, sino que también refuerza la percepción de la carrera como moderna, alineada con las tendencias y comprometida con la innovación.



**Proceso de Desarrollo:** El proceso de desarrollo fue un ejercicio colaborativo en el que participaron seis estudiantes, bajo la dirección del docente Msc. Carlos Gabriel Mora Espinoza.

Este trabajo comenzó con un análisis exhaustivo de la marca existente, en el que se evaluaron tanto los puntos fuertes como las áreas que necesitaban mejoras. El análisis incluyó la revisión de la grafimetría del logotipo para asegurarse de que mantuviera una proporción adecuada en distintos formatos y tamaños, un aspecto crucial para su correcta implementación en diferentes plataformas, desde sitios web hasta folletos impresos.

Se propusieron mejoras sustanciales que incluyeron no solo la actualización del logotipo, sino también la redefinición de los colores corporativos, la elección de nuevas tipografías, y la creación de guías detalladas para el uso del logotipo en distintas aplicaciones.

Estas guías cubrieron el uso del logotipo en formatos digitales, impresos, y promocionales, asegurando su coherencia y adaptabilidad sin perder su integridad visual. Además, se implementaron ajustes que permitieron que la marca fuera más adaptable y flexible, lo que es especialmente importante en la era digital, donde las marcas necesitan ser fácilmente reconocibles y ajustarse a múltiples

contextos visuales, desde redes sociales hasta pantallas de gran formato.

Durante este proceso, los estudiantes aplicaron conceptos clave del diseño gráfico, combinados con estrategias contemporáneas de branding, que incluyeron análisis de marcas exitosas a nivel internacional y su adaptación a la realidad local de la Universidad de Guayaquil. El trabajo también involucró el uso de herramientas digitales avanzadas para la creación de prototipos y la simulación del uso de la marca en diferentes escenarios, como documentos oficiales, páginas web, uniformes y material promocional.

Este enfoque práctico no solo garantizó la relevancia de la nueva identidad visual, sino que también brindó a los estudiantes una valiosa experiencia en el manejo de proyectos reales, con la supervisión constante del docente responsable.

**Resultados y Beneficios:** El proyecto concluyó con la creación de un manual de marca integral que incluye una nueva propuesta de logotipo, guías detalladas para su uso correcto, y aplicaciones prácticas para una amplia gama de materiales promocionales.

Este manual no solo servirá como una referencia clave para la implementación de la identidad visual de la carrera de Mercadotecnia, sino que también

funcionará como un documento vivo que puede adaptarse a futuras necesidades y actualizaciones de la marca.

Uno de los mayores beneficios de este proyecto fue el incremento en la visibilidad y el reconocimiento de la carrera dentro de la Universidad de Guayaquil y en el contexto externo. El nuevo logotipo y la tipografía seleccionada proyectaron una imagen más profesional, moderna y alineada con las tendencias globales en branding, lo que ayudó a posicionar a la carrera como una opción educativa competitiva y de alta calidad.

Además, la coherencia en la aplicación de la marca permitió que las comunicaciones de la carrera fueran más claras y efectivas, lo que facilitó una mejor percepción entre los estudiantes actuales, futuros estudiantes y stakeholders académicos.

Para los estudiantes que participaron en el desarrollo del proyecto, este trabajo representó una oportunidad invaluable de aplicar sus conocimientos en un contexto real, brindándoles experiencia práctica en el manejo de proyectos de gran envergadura.

El desarrollo del manual de marca no solo consolidó sus habilidades técnicas en diseño gráfico y branding, sino que también los capacitó en la gestión de proyectos, la interacción con clientes y la

resolución de problemas complejos en el campo del marketing visual.

Este proyecto también dejó una base sólida para futuros desarrollos dentro de la carrera, ya que el manual de marca actualizado es un documento de referencia que puede ser utilizado por generaciones futuras de estudiantes y docentes para mantener la coherencia y calidad visual en todas las comunicaciones de la carrera.

En resumen, las MIPYMES en Guayaquil tienen una gran oportunidad para superar los desafíos que enfrentan en la construcción de marca mediante la colaboración con la academia. Las universidades, a través de proyectos de vinculación, investigación y prácticas preprofesionales, pueden ofrecer a las empresas soluciones innovadoras que les permitan mejorar su competitividad y su identidad de marca en un entorno cada vez más competitivo.

La Tabla 2 resume las principales actividades llevadas a cabo en el Proyecto de Actualización de Manual Corporativo de la carrera de Mercadotecnia. Este proyecto, liderado por un equipo de estudiantes, fue diseñado para mejorar la estructura visual de la marca de la institución, garantizando coherencia en la comunicación visual y mejorando su visibilidad. Los beneficios para la carrera y los aprendizajes clave de este proceso se detallan a continuación.

**Tabla 2:**  
**Actividades y Beneficios del Proyecto de Actualización de Manual Corporativo**

| Actividad                               | Descripción                                                                                                                                         | Beneficios para la MIPYME                                                        |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Análisis de la marca actual             | Revisión de los elementos visuales actuales de la marca para identificar puntos fuertes y áreas de mejora.                                          | Identificación de áreas que requerían ajustes para mejorar la coherencia visual. |
| Propuesta de mejoras                    | Ajustes en logotipo, tipografía y colores corporativos, alineados con las tendencias contemporáneas de branding.                                    | Refuerzo de la imagen moderna y profesional de la institución.                   |
| Creación de guías de uso                | Desarrollo de guías detalladas para el uso correcto de los elementos visuales en diferentes aplicaciones, como material digital e impreso.          | Garantiza la consistencia de la marca en todas las plataformas.                  |
| Implementación del manual de marca      | El equipo de estudiantes aplicó los conocimientos adquiridos en branding para la elaboración de un manual integral que incluyera todos los cambios. | Facilita la implementación de la marca en futuras actividades.                   |
| Aumento de visibilidad y reconocimiento | La implementación de los nuevos elementos visuales mejoró la presencia de la carrera en diferentes contextos institucionales y públicos.            | Mayor visibilidad de la carrera y fortalecimiento de la reputación académica.    |

### Imágenes: Resultados del Proyecto de Actualización de Manual Corporativo



## 5. Conclusiones

Los resultados de este estudio destacan la necesidad urgente de fortalecer la colaboración entre las instituciones académicas y las MIPYMES para enfrentar los desafíos en la construcción de marca. Las pequeñas y medianas empresas en Guayaquil reconocen la importancia de contar con una marca sólida, pero a menudo carecen de los recursos financieros y del conocimiento especializado necesario para desarrollar y mantener una estrategia de branding efectiva.

En este contexto, la academia se presenta como un aliado estratégico clave, capaz de ofrecer soluciones innovadoras y prácticas que aborden las limitaciones estructurales y tecnológicas que enfrentan las MIPYMES.

Los proyectos de vinculación, semilleros de investigación, prácticas preprofesionales y trabajos de titulación ofrecen una plataforma ideal para conectar el conocimiento teórico con las necesidades reales del sector empresarial. Estas iniciativas no solo mejoran la competitividad de las MIPYMES, sino que también enriquecen la experiencia académica de los estudiantes, permitiéndoles aplicar sus conocimientos en escenarios reales y desarrollar habilidades que les serán útiles en su futuro profesional. A su vez, esta relación bidireccional entre la

academia y las empresas contribuye al desarrollo económico y social de la región, impulsando la innovación y la sostenibilidad empresarial.

El ejemplo del proyecto de actualización del manual de marca en la carrera de Mercadotecnia de la Universidad de Guayaquil es una muestra clara de cómo la academia puede ofrecer apoyo tangible a las MIPYMES. Este proyecto permitió que los estudiantes aplicaran sus conocimientos teóricos en un contexto real, proporcionando soluciones concretas para mejorar la identidad visual y la coherencia de marca de una institución. Los beneficios de este tipo de colaboración son múltiples: por un lado, las MIPYMES pueden acceder a estrategias de branding y marketing que de otro modo podrían implementar debido a limitaciones financieras, y por otro, los estudiantes adquieren experiencia práctica invaluable, alineada con las tendencias contemporáneas en branding y marketing digital.

En definitiva, la colaboración entre la academia y las MIPYMES tiene un potencial transformador. No solo fortalece la capacidad de las empresas para competir en un mercado global cada vez más exigente, sino que también contribuye a la creación de un entorno empresarial más dinámico e innovador. Al continuar promoviendo este tipo de colaboración, las universidades pueden

desempeñar un papel crucial en el fortalecimiento del ecosistema empresarial de la región, contribuyendo al crecimiento económico y al desarrollo social a largo plazo.

## 6. Referencias

- Del Río-Cortina, J. L., Cardona-Arbeláez, D., & Guacari-Villalba, A. (2019). Responsabilidad social empresarial y construcción de la marca: una nueva mirada a las estrategias de gestión.
- González Garcés, L. E., & Santiago Chávez, N. I. (2017). El valor de marca y la competitividad de PYMES: un estudio de construcción teórica a partir de la deducción científica.
- Mora Espinoza, C. G., Nazareno Espinoza, A. C., Guevara Mendoza, I. X., Asunción Hermenjildo, F. A., Chari Guamán, K. E., Mosquera Vázquez, M. E., & Mendoza León, J. N. (2024). Proyecto de actualización del manual corporativo de la carrera de Mercadotecnia, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil.
- Salto Cruz, J. G., González Garcés, L. E., & Santiago Chávez, N. I. (2017). El valor de marca y la competitividad de PYMES: un estudio de construcción teórica.
- Salto Cruz, J. G., et al. (2017). La gestión de marca, un factor estratégico de competitividad en PYMES.

## DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR EMPRESARIAL: UN ANÁLISIS CRÍTICO

### CHALLENGES AND OPPORTUNITIES IN THE ADOPTION OF GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN BUSINESS HIGHER EDUCATION: A CRITICAL ANALYSIS.

*Luisa Herrera Rivas, Sócrates Haro Guanga, Marcos Toro Espinoza, Marjorie Ordoñez Guartazaca*

*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

La adopción de la inteligencia artificial generativa (IAG) en la educación superior empresarial representa un fenómeno transformador que conlleva tanto desafíos como oportunidades. Este artículo tiene como objetivo identificar estos aspectos, analizando cómo la IAG puede personalizar el aprendizaje y mejorar la eficiencia educativa, a la vez que enfrenta obstáculos como la resistencia al cambio y la necesidad de capacitación docente. Para ello, se realizó una revisión bibliográfica en la que se examinaron estudios recientes utilizando bases de datos académicas reconocidas, como Scopus, Web of Science, Google Scholar, entre otras que, ofrecen acceso a una amplia gama de artículos revisados por pares sobre la implementación de la IAG en diferentes contextos educativos universitarios. Los resultados indican que, si bien la IAG posee el potencial de revolucionar la educación mediante la creación de entornos de aprendizaje adaptativos, su integración efectiva requiere un enfoque estratégico que contemple la formación continua de los educadores y la consideración de aspectos éticos. En conclusión, esta investigación resalta la importancia de abordar los desafíos asociados con la IAG para maximizar sus beneficios en la educación empresarial. Se sugiere que futuras investigaciones deben centrarse en el desarrollo de marcos éticos y estrategias para superar la resistencia al cambio. Este trabajo contribuye a una mejor comprensión del impacto de la IAG en el ámbito educativo y propone direcciones para investigaciones futuras en este campo en constante evolución.

**Palabras clave:** Desafíos de implementación, educación empresarial, inteligencia artificial, generativa, oportunidades de aprendizaje, personalización del aprendizaje.

#### Abstract

The adoption of generative artificial intelligence (GAI) in corporate education represents a transformative phenomenon that brings with it both challenges and opportunities. This article aims to identify these aspects, analyzing how GAI can personalize learning and improve educational efficiency, while facing obstacles such as resistance to change and the need for teacher training. To this end, a literature review was conducted in which recent studies were examined using recognized academic databases such as Scopus, Web of Science, Google Scholar, among others that offer access to a wide range of peer-reviewed articles on the implementation of GAI in university educational contexts. The results indicate that while GAI has the potential to revolutionize education through the creation of adaptive learning environments, its effective integration requires a strategic approach that contemplates the continuous training of educators and the consideration of ethical aspects. In conclusion, this research highlights the importance of addressing the challenges associated with GAI to maximize its benefits in business education. It is suggested that future research should focus on developing ethical frameworks and strategies to overcome resistance to change. This work contributes to a better understanding of the impact of GAI in education and proposes directions for further research.

**Keywords:** Artificial intelligence generative, enterprise education, implementation challenges, learning opportunities, personalization of learning.



1. Introducción

La inteligencia artificial generativa (IAG) ha emergido como una herramienta transformadora en diversos campos, y su adopción en la educación empresarial se presenta como un tema de creciente relevancia. La capacidad de la IAG para personalizar el aprendizaje, automatizar tareas administrativas y ofrecer tutorías virtuales plantea tanto oportunidades como desafíos significativos para las instituciones educativas (Zazueta et al., 2024). En este contexto, es crucial comprender cómo estas tecnologías pueden ser integradas efectivamente en los procesos de enseñanza y aprendizaje, y cuáles son las implicaciones éticas y pedagógicas que surgen de su uso (Calderón, 2024; Camacho, 2023; Herrero, 2024; Tomalá, 2023; Cedeño et al., 2024).

Investigaciones recientes han comenzado a explorar el impacto de la IAG en la educación. Por ejemplo, un estudio de Castillo (2023) destaca cómo la IAG puede facilitar la personalización del aprendizaje, permitiendo a los educadores adaptar el contenido a las necesidades individuales de los estudiantes. Además, Pintado (2023) examina la influencia de la IAG en la mejora de la eficiencia educativa, sugiriendo que su implementación puede optimizar los procesos de enseñanza. Sin embargo, también se identifican desafíos, como la necesidad de capacitación docente y la

consideración de aspectos éticos en su uso (Hernández-Isidro, 2024; García-Peñalvo, 2023).

La adopción de la inteligencia artificial generativa (IAG) en la educación empresarial se ha convertido en un tema de gran relevancia en la actualidad, dado el potencial transformador que esta tecnología ofrece. La IAG permite la creación de contenidos educativos personalizados, la automatización de procesos administrativos y la mejora de la interacción entre docentes y estudiantes. Según Camacho (2023), la IAG puede revolucionar la forma en que se enseña y se aprende, facilitando un entorno educativo más dinámico y adaptativo. Sin embargo, también plantea desafíos significativos, como la necesidad de capacitación docente y la integración de estas tecnologías en los currículos existentes.

En este contexto, es fundamental explorar tanto las oportunidades como los obstáculos que representa la implementación de la IAG en el ámbito educativo.

Para abordar el objetivo de identificar los desafíos y oportunidades en la adopción de inteligencia artificial generativa en la educación empresarial, es fundamental establecer las variables que guiarán la investigación. A continuación, se presentan una matriz de categorización, junto con sus respectivas subcategorías:

Tabla 1. Matriz de categorización

| Variable 1:                                           | Subcategorías:                                                        |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Adopción de Inteligencia Artificial Generativa        | 1. Herramientas de IA generativa (ej. chatbots, asistentes virtuales) |
|                                                       | 2. Capacitación docente en IA                                         |
|                                                       | 3. Infraestructura tecnológica en instituciones educativas            |
|                                                       | 4. Políticas de integración de IA en el currículo                     |
|                                                       | 5. Percepción de la IA por parte de estudiantes y docentes            |
| Variable 2:<br>Resultados en la Educación Empresarial | 1. Rendimiento académico de los estudiantes                           |
|                                                       | 2. Satisfacción de los estudiantes con el aprendizaje                 |
|                                                       | 3. Eficiencia en la enseñanza (tiempo y recursos)                     |
|                                                       | 4. Personalización del aprendizaje                                    |
|                                                       | 5. Inclusión y diversidad en el aula                                  |

La inteligencia artificial generativa se refiere a sistemas que utilizan algoritmos avanzados para crear contenido nuevo y original, a menudo imitando patrones humanos en la producción de texto, imágenes y otros formatos. En el contexto educativo, la IAG se puede definir como una herramienta que no solo apoya el aprendizaje personalizado, sino que también permite a los educadores diseñar experiencias de aprendizaje más efectivas y atractivas. En consecuencia, Soledispa et al., (2024), destaca que la IAG puede ser utilizada para mejorar el rendimiento académico, proporcionando a los estudiantes recursos adaptados a sus necesidades específicas.

Esta capacidad de personalización es clave para abordar la diversidad de estilos de aprendizaje presentes en las aulas contemporáneas.

Por otro lado, la inclusión educativa se aborda desde dos ángulos: primero, asegurar la integración de todos los individuos en las instituciones educativas, sin importar raza, religión o condición económica; segundo, adaptar diferentes formas de aprendizaje para las necesidades educativas especiales (NEE) de estudiantes con capacidad diferentes o discapacidad.

Las tecnologías y la IA son esenciales para garantizar la correcta inserción de estudiantes, así como la capacitaciónm continua al personal docente y cómo la IA puede fomentar el aprendizaje práctico en un contexto universitario (Pérez et al., 2024).

Las aplicaciones prácticas de la IAG en la educación empresarial son diversas y prometedoras.



Por ejemplo, la IAG puede ser utilizada para desarrollar plataformas de aprendizaje adaptativo que ajusten el contenido en tiempo real según el progreso del estudiante. Además, se están implementando chatbots y asistentes virtuales que ofrecen tutorías personalizadas, facilitando el acceso a la información y el apoyo académico. Estas herramientas no solo mejoran la experiencia de aprendizaje, sino que también permiten a los educadores centrarse en tareas más estratégicas y creativas, optimizando así el proceso educativo.

La adopción de la IAG en la educación empresarial presenta múltiples beneficios y oportunidades. En primer lugar, permite una personalización del aprendizaje que se adapta a las necesidades individuales de los estudiantes, lo que puede resultar en un aumento del rendimiento académico.

Además, la IAG puede facilitar la creación de contenidos educativos innovadores y atractivos, lo que mejora la motivación y el compromiso de los estudiantes. Por último, la implementación de estas tecnologías puede contribuir a la formación de competencias digitales esenciales para el futuro laboral de los estudiantes, preparándolos para un entorno profesional cada vez más competitivo y digitalizado.

No obstante, de los beneficios, la adopción de la IAG en la educación empresarial también se enfrenta a desafíos significativos. Uno de los principales obstáculos es la resistencia al cambio por parte de docentes y administradores, quienes pueden sentirse inseguros ante la implementación de nuevas tecnologías. Además, surgen consideraciones éticas relacionadas con la privacidad de los datos y el uso responsable de la IA en el aula. Es crucial establecer políticas claras que regulen el uso de la IAG para garantizar que estas herramientas se utilicen de manera ética y efectiva.

La capacitación continua de los educadores en el uso de estas tecnologías es fundamental para abordar estos desafíos (Cedeño et al., 2024).

A pesar de estos avances, la literatura actual presenta vacíos significativos en la comprensión de cómo la IAG puede ser adoptada de manera efectiva en la educación empresarial. Por ejemplo, aunque se han realizado estudios sobre la personalización del aprendizaje y la automatización de tareas, hay una falta de investigación que aborde de manera integral los desafíos éticos y pedagógicos que surgen con la implementación de estas tecnologías (Sánchez, 2024; Castillo, 2023; Jimbo-Santana, 2023). Estos vacíos justifican la necesidad de una revisión exhaustiva

que no solo identifique los desafíos y oportunidades en la adopción de la IAG, sino que también proponga estrategias para su integración efectiva en el ámbito educativo.

El objetivo de este artículo de revisión bibliográfica es, por tanto, identificar los desafíos y oportunidades en la adopción de la inteligencia artificial generativa en la educación empresarial.

A través de un análisis crítico de la literatura existente, se busca contribuir al conocimiento actual sobre el tema, ofreciendo una perspectiva que contemple tanto las ventajas como las limitaciones de la IAG en el contexto educativo. Este estudio no solo pretende llenar los vacíos temáticos identificados, sino también proporcionar recomendaciones prácticas para la implementación de la IAG en la educación empresarial.

Las perspectivas futuras para la adopción de la IAG en la educación empresarial son prometedoras, pero requieren un enfoque estratégico. Se anticipa que la IAG continuará evolucionando, ofreciendo nuevas herramientas y recursos que transformarán aún más el panorama educativo. Es esencial que las instituciones educativas se preparen para esta transformación, invirtiendo en infraestructura tecnológica y en horas de capacitación docente.

Además, la investigación continua en este campo es vital para identificar mejores prácticas y desarrollar modelos educativos que integren eficazmente la IAG, asegurando que se maximicen sus beneficios mientras se mitigan los riesgos asociados.

## 2. Metodología

Para llevar a cabo esta revisión bibliográfica, se realizó un proceso sistemático de búsqueda y selección de fuentes relevantes que abordaron los desafíos y oportunidades en la adopción de inteligencia artificial generativa en la educación empresarial. Se utilizaron bases de datos académicas reconocidas, incluyendo Scopus, Web of Science y Google Scholar, que permitieron acceder a una amplia gama de artículos revisados por pares. Las estrategias de búsqueda se centraron en palabras clave específicas como "inteligencia artificial generativa", "educación empresarial", "desafíos en la adopción de IA", y "oportunidades en educación", combinando estos términos con operadores booleanos (AND, OR) para depurar los resultados.

Esta metodología garantizó la identificación de estudios recientes y pertinentes, limitando la búsqueda a publicaciones de los últimos cinco años para asegurar la actualidad de la información (Camacho, 2023; Sánchez, 2023; Rodríguez-Chávez, 2021).

Los criterios de inclusión y exclusión fueron fundamentales para seleccionar los estudios más relevantes para el objetivo de esta revisión. Se incluyeron artículos que: **(1)** fueron revisados por pares, **(2)** abordaron explícitamente la inteligencia artificial generativa en el contexto educativo, **(3)** presentaron investigaciones empíricas o revisiones sistemáticas, y **(4)** se publicaron en revistas científicas de alto impacto en el área de educación y tecnología.

Por otro lado, se excluyeron estudios que: **(1)** no estuvieran centrados en la educación empresarial, **(2)** no presentaron datos empíricos o análisis teóricos relevantes, **(3)** fueron de opinión personal, sin respaldo científico, y **(4)** no estuvieron disponibles en texto completo.

Estos criterios aseguraron que la revisión se centró en investigaciones de alta calidad y relevancia temática, contribuyendo así a una comprensión más profunda de los desafíos y oportunidades que presenta la adopción de la inteligencia artificial generativa en la educación empresarial (Cedeño et al., 2024; Chávez et al., 2024; Sambola, 2023).

### 3. Resultados

La adopción de la inteligencia artificial generativa (IAG) en la educación empresarial presenta tanto desafíos

como oportunidades, como se ha discutido a lo largo de este artículo. Al analizar los resultados obtenidos por otros investigadores, se puede observar que estos hallazgos convergen en gran medida con la literatura existente, aunque también se identifican algunas divergencias que merecen atención (Toapanta et al., 2024).

Los resultados de este estudio indican que la IAG tiene el potencial de personalizar el aprendizaje y mejorar la eficiencia educativa, lo cual es consistente con los hallazgos de Silva y Martínez (2022), quienes destacan que la IAG puede facilitar la creación de entornos de aprendizaje adaptativos que responden a las necesidades individuales de los estudiantes.

Sin embargo, a diferencia de lo que señala Andino (2024) y Benavidez (2024), que enfatizan la importancia de la capacitación docente para la implementación efectiva de la IAG, este estudio encontró que la resistencia al cambio por parte de los educadores es un obstáculo significativo que no siempre se aborda adecuadamente en la literatura.

Esta discrepancia puede deberse a que muchos estudios se centran en los beneficios técnicos de la IAG sin considerar suficientemente el aspecto humano de su implementación.

Además, los estudios de Párraga et al., (2024); Loján y Cárdenas (2024) resaltan las preocupaciones sobre la dependencia de la IAG y su impacto en habilidades críticas y el aprendizaje autónomo.

Este aspecto se alinea con los resultados de esta investigación, que también identificaron la necesidad de equilibrar la automatización con el desarrollo de competencias críticas en los estudiantes. Sin embargo, mientras el investigador Loján sugirió que la IAG podría ocasionar en una disminución en estas habilidades, estos hallazgos sugieren que, si se implementa correctamente, la IAG puede ser una herramienta que potencie el aprendizaje autónomo en lugar de reemplazarlo.

Este estudio presenta varias limitaciones que deben ser consideradas. En primer lugar, la revisión se basa en una selección de artículos que, aunque son relevantes, pueden no representar la totalidad de la literatura existente sobre el tema. Esto podría limitar la generalización de los hallazgos.

Además, la mayoría de los estudios revisados se centran en contextos específicos, lo que puede no reflejar la diversidad de situaciones en las que se podría implementar la IAG en la educación empresarial. Por último, la falta de estudios longitudinales que evalúen el impacto a largo plazo de la IAG

en la educación limita la comprensión de sus efectos sostenidos en el tiempo. Basado en los resultados obtenidos y las limitaciones identificadas, se sugiere que futuras investigaciones se enfoquen en varios aspectos.

Primero, sería beneficioso realizar estudios longitudinales que evalúen el impacto de la IAG en el aprendizaje a lo largo del tiempo, permitiendo una comprensión más profunda de sus efectos. Además, se recomienda investigar cómo las diferentes culturas educativas y contextos institucionales pueden influir en la adopción y efectividad de la IAG. También sería pertinente explorar estrategias específicas para superar la resistencia al cambio entre los educadores, así como desarrollar marcos éticos que guíen la implementación de la IAG en la educación empresarial universitaria.

### 4. Conclusiones

Este artículo ha identificado y analizado los principales desafíos y oportunidades en la adopción de la inteligencia artificial generativa (IAG) en la educación empresarial. Los hallazgos más significativos indican que, aunque la IAG tiene el potencial de personalizar el aprendizaje y mejorar la eficiencia educativa, su implementación enfrenta barreras significativas, como la resistencia al cambio por parte de los educadores y la necesidad

de capacitación continua adecuada, sostenida en el tiempo. Además, se ha evidenciado que la IAG puede facilitar la creación de entornos de aprendizaje más inclusivos y equitativos, lo que contribuye a la formación de competencias digitales esenciales en todo el universo de estudiantes.

Estos resultados son fundamentales para el campo de estudio, ya que proporcionan una comprensión más profunda de cómo la IAG puede ser integrada en la educación empresarial, así como de los factores que pueden influir en su éxito o fracaso.

El objetivo de este estudio, que fue identificar los desafíos y oportunidades en la adopción de inteligencia artificial generativa en la educación empresarial, ha sido alcanzado a través de una revisión exhaustiva de la literatura existente. Este artículo de revisión bibliográfica ha permitido consolidar información relevante y actualizada sobre el tema, destacando tanto las ventajas que ofrece la IAG, como la personalización del aprendizaje y la mejora en la eficiencia educativa, como los desafíos éticos y pedagógicos que su implementación conlleva.

La claridad en estos aspectos es crucial para que las instituciones educativas puedan tomar decisiones informadas sobre la adopción de estas tecnologías. Las implicaciones de este trabajo son

amplias y sugieren que la integración de la IAG en la educación superior empresarial no solo puede transformar la forma en que se enseña y se aprende, sino que también puede contribuir a la formación de un entorno educativo más inclusivo y equitativo.

Sin embargo, es evidente que se requieren investigaciones futuras que aborden las limitaciones identificadas en este estudio, como la falta de estudios longitudinales que evalúen el impacto a largo plazo de la IAG en el aprendizaje.

Se recomienda que futuros trabajos se centren en el desarrollo de marcos éticos claros para la implementación de la IAG en la educación, así como en la exploración de estrategias efectivas para superar la resistencia al cambio entre los educadores. Estas direcciones no solo enriquecerán el campo de estudio, sino que también ayudarán a maximizar el potencial de la IAG en la educación empresarial.

En conclusión, la adopción de la inteligencia artificial generativa en la educación empresarial ofrece un panorama lleno de oportunidades, pero también enfrenta desafíos significativos que deben ser abordados. La literatura existente proporciona un marco valioso para entender estos aspectos, pero es crucial continuar investigando y adaptando las estrategias de implementación para maximizar los

beneficios de la IAG. La colaboración entre investigadores, educadores y responsables de políticas será fundamental para garantizar que la IAG se utilice de manera efectiva y ética en el ámbito de la educación superior empresarial.

## 5. Referencias

- Andino, A. (2024). La evaluación, la inteligencia artificial y otras tecnologías de vanguardia en educación general básica superior. *Prometeo Conocimiento Científico*, 4(1), e85. <https://doi.org/10.55204/pcc.v4i1.e85>
- Andrade, R. (2023). Impacto de la inteligencia artificial en la toma de decisiones financieras corporativas. *RIG*, 2(1), 46-54. <https://doi.org/10.62943/rig.v2n1.2023.61>
- Benavides Lara, M. A., Rendón Cazales, V. J., Gutiérrez Lovera, M. de los Ángeles, y Sánchez
- Mendiola, M. (2024). Formación para el uso de la inteligencia artificial generativa en el profesorado de la UNAM: primeros pasos. *DIDAC*, (84 JUL-DIC), 7-20. [https://doi.org/10.48102/didac.2024.84\\_JUL-DIC.208](https://doi.org/10.48102/didac.2024.84_JUL-DIC.208).
- Camacho, M. (2023). El impacto de la inteligencia artificial en la educación. riesgos y potencialidades de la ia en el aula. *Revista Interuniversitaria De Investigación en Tecnología Educativa*, 41-57. <https://doi.org/10.6018/riite.584501>
- Calderón Cruz, C. (2024). El impacto de la inteligencia artificial en la enseñanza de la economía y la administración: tendencias, desafíos y oportunidades. *Revista Social Fronteriza*, 4(2), e42239. [https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4\(2\)239](https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(2)239).
- Castillo, D. (2023). La influencia de la inteligencia artificial en la personalización del aprendizaje: perspectivas y desafíos en la educación. *RIG*, 2(2), 28-39. <https://doi.org/10.62943/rig.v2n2.2023.64>
- Castillo Herrera, M. (2023). Impacto de la inteligencia artificial en el proceso de enseñanza y aprendizaje en la educación secundaria. *Revista latinoamericana de ciencias sociales y*

- humanidades. Issn en línea: 2789-3855. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1459>
- Chávez Hernández, N. (2024). Análisis de Calidad y Precisión de Contenidos para la Formación en Administración Utilizando Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa un Estudio Exploratorio. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 1031-1061. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i1.9484](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9484)
- Cedeño, E., Alejandro, C., Cuenquecha, L., y Vélez, A., (2024) Inteligencia artificial ética en la educación universitaria: enfrentando desafíos y explorando oportunidades para la inclusión educativa. *Reincisol*, 3(6), pp. 1-16. [https://doi.org/10.59282/reincisol.V3\(6\)1-16](https://doi.org/10.59282/reincisol.V3(6)1-16).
- García-Peñalvo, F. J. (2023). La percepción de la Inteligencia Artificial en contextos educativos tras el lanzamiento de ChatGPT: disrupción o pánico. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 24, e31279. <https://doi.org/10.14201/eks.31279>
- Hernández-Isidro, Y. (2024). Guía para la disminución de opacidad en la toma de decisiones de la ia en los negocios. *Reflexiones Contables (Cúcuta)*, 7(1), 08-16. <https://doi.org/10.22463/26655543.4392>
- Herrero Zamora, V. (2024). Experiencia de uso de herramientas de Inteligencia Artificial en un curso universitario: evaluación y perspectivas. *Revista internacional de pedagogía e innovación educativa*. Volumen4. Número1. Enero-Junio 2024 ISSN: 2745-0341 (En línea). <https://doi.org/10.51660/ripie.v4i1.151>.
- Jimbo-Santana, P. (2023). Inteligencia artificial para analizar el rendimiento académico en instituciones de educación superior: una revisión sistemática de la literatura. *Cátedra*, 6(2), 30-50. <https://doi.org/10.29166/catedra.v6i2.4408>
- Loján Alvarado, H. P., y Cárdenas Villavicencio, O. E. (2024). Regulación del Manejo de la Inteligencia Artificial, Consecuencias y Daños a la Sociedad por su Mal Uso. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 1966-1978. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i1.9596](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9596)
- Mora, Y. (2023). Influencia de la inteligencia artificial en los estudiantes universitarios. *South Florida Journal of Development*, 4(10), 3749-3762. <https://doi.org/10.46932/sfjdv4n10-001>
- Párraga Rocero, W. J., Vargas Bálcazar, K. S., Rocero Benavides, M. M., Palacios Vaicilla, T. E., y Capelo Andrade, S. S. (2024). La inteligencia artificial ChatGPT y su influencia en los resultados de aprendizaje de los estudiantes de educación básica superior: ChatGPT artificial intelligence and its influence on the learning results of higher basic education students. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 5(3), 2290 – 2302. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i3.2195>
- Pintado, L. (2023). Inteligencia artificial y sostenibilidad: el compromiso de una institución de educación superior. *Magazine De Las Ciencias Revista De Investigación E Innovación*, 8(4), 12-28. <https://doi.org/10.33262/rmc.v8i4.2954>
- Rodríguez-Chávez, M. (2021). Sistemas de tutoría inteligente y su aplicación en la educación superior. *Ride Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*, 11(22). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.848>
- Sánchez Mendiola, M., y Carbajal Degante, E. (2023). La inteligencia artificial generativa y la educación universitaria: ¿Salió el genio de la lámpara?. *Perfiles Educativos*, 45(Especial), 70–86. <https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2023.Especial.61692>.
- Sánchez Rodríguez, A. (2024). Impacto de la inteligencia artificial en las prácticas educativas: percepciones y actitudes del profesorado. *Latam Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 5(2). <https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1933>
- Sambola, D.-M. . (2023). Inteligencia Artificial en la Educación: Estado del Arte. *Wani*, 39(79), 13–26. <https://doi.org/10.5377/wani.v39i79.16806>
- Silva, F., y Martínez G. (2022). Aportes de ingeniería en inteligencia artificial aplicada en la educación. *3C TIC. Cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC*, 11(1), 133-143. <https://doi.org/10.17993/3ctic.2022.111.133-143>
- Toapanta Caisabanda, N. R., Cajas López, J. M., Ron Lascano, D. J., y Serrano Quispilema, D. P. (2024). Inteligencia Artificial Aplicada a la Educación. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(4), 12127-12156. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i5.13405](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.13405)
- Tomalá de la Cruz, M. (2023). Incidencias de la inteligencia artificial en la educación. *Recimundo*, 7(2), 238-251. [https://doi.org/10.26820/recimundo/7.\(2\).jun.2023.238-251](https://doi.org/10.26820/recimundo/7.(2).jun.2023.238-251).
- Silva, F., y Martínez G. (2022). Aportes de ingeniería en inteligencia artificial aplicada en la educación. *3C TIC. Cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC*, 11(1), 133-143. <https://doi.org/10.17993/3ctic.2022.111.133-143>
- Soledispa Zurita, P. L., Aguilar Mora, G. C., Crespo Castillo, O. S., y Carranco Madrid, S. D. P. (2024). Inteligencia Artificial y Educación Inclusiva: Herramienta para la Diversidad en el Aula. *Revista Social Fronteriza*, 4(2), e42215. [https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4\(2\)215](https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(2)215)
- Zazueta López, Damaris Elizabeth, Myrna Cristina Morales Avila, Salvador Abraham Romero Rubio y Jorge Enrique Zazueta López. 2024. Desafíos y oportunidades de la inteligencia artificial en la educación y en el mercado laboral o Desafios e oportunidades da inteligência artificial na educação e no mercado de trabalho o Challenges and opportunities of artificial intelligence in education and in the labor market. *Pares. Revista de Ciencias Sociales*, 01: 9-28. 2718-8582. <http://hdl.handle.net/10469/21181>

## DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR ASEGURADOR EN ECUADOR

### DEVELOPMENT AND EVOLUTION OF THE INSURANCE SECTOR IN ECUADOR

*\*Patricio Edgar Buendía Noroña,\*Otto Leonel Guerra Triviño, \*Jimmy Javier Jara Niveló, \*Washington Aurelio Hidalgo Hidalgo*

*<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil*

*<sup>2</sup>Universidad Casa Grande*

#### Resumen

El seguro es una herramienta esencial en la gestión de riesgos, ofreciendo protección ante eventos imprevisibles que podrían tener impactos financieros significativos. En el contexto ecuatoriano, el sector asegurador ha experimentado un notable proceso de modernización y adaptación a nuevas normativas legales, con el objetivo de asegurar la solvencia y estabilidad de las aseguradoras. Estas reformas se han dado en un marco globalizado que exige a las compañías locales ser competitivas y eficaces en la provisión de servicios de seguros. En este artículo la metodología que se usó fue la cualitativa, en donde se analizan las diversas funciones del seguro, su importancia tanto a nivel individual como empresarial, y la evolución histórica del sector en Ecuador. La revisión teórica realizada proporciona un marco de referencia amplio y detallado sobre los tipos de seguros disponibles, los riesgos que cubren, y la situación actual del mercado asegurador en el país. Este trabajo, más que ofrecer conclusiones definitivas, busca generar reflexiones fundamentadas que sirvan de base para futuras investigaciones en el campo.

**Palabras clave:** Seguros, riesgos, Ecuador, legislación, solvencia.

#### Abstract

Insurance is an essential tool in risk management, offering protection against unforeseeable events that could have significant financial impacts. In the Ecuadorian context, the insurance sector has experienced a notable process of modernization and adaptation to new legal regulations, with the aim of ensuring the solvency and stability of insurers. These reforms have occurred in a globalized framework that requires local companies to be competitive and effective in the provision of insurance services. In this article, the methodology used was qualitative, where the various functions of insurance are analyzed, its importance both at the individual and business level, and the historical evolution of the sector in Ecuador. The theoretical review carried out provides a broad and detailed framework of reference on the types of insurance available, the risks they cover, and the current situation of the insurance market in the country. This work, rather than offering definitive conclusions, seeks to generate informed reflections that serve as a basis for future research in the field.

**Keywords:** Insurance, risks, Ecuador, legislation, solvency.





## 1. Introducción

El seguro es un contrato que permite cubrir una contingencia pagando por ello una prima (el asegurado) a la compañía aseguradora o reaseguradora. Es decir, que realizamos un pequeño pago por el que no recibimos nada, pero si ocurre una situación determinada, la compañía aseguradora nos paga.

Por ejemplo, un seguro de hogar. En este tipo de seguro, se paga anualmente una cuantía. Si entran a robar, el seguro cubre monetariamente el valor del robo según lo especificado en el contrato. El importe del pago de la prima dependerá del riesgo a cubrir y de la probabilidad de ocurrencia en el tiempo. En el caso de la cobertura de riesgos por importes muy elevados, aparece la figura de la compañía reaseguradora que cubre la totalidad o parte de los riesgos repartiéndose una cuota con la aseguradora. (Vázquez & Coll, 2020).

En la década de 1990, el sector asegurador en Ecuador se encontraba en un estado de subdesarrollo y enfrentaba varios desafíos, incluida la falta de regulación y supervisión adecuada. Este período se caracterizó por la implementación de reformas económicas y la liberalización del mercado financiero. (Villacís & Ayala, 2005) A partir del año 2010, el sector asegurador en Ecuador comenzó a mostrar signos de crecimiento

y diversificación. Se incrementó la penetración del seguro en la población y surgieron nuevos productos adaptados a las necesidades locales. La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (Supercias) desempeñó un papel crucial en la supervisión y regulación del sector.

La crisis económica que afectó a Ecuador a partir de 2016, combinada con la caída de los precios del petróleo y otros factores macroeconómicos, tuvo un impacto significativo en el sector asegurador.

A pesar de los desafíos, el sector mostró resiliencia y continuó evolucionando, con un enfoque en la digitalización y la innovación en productos y servicios. (Bravo, 2014) (Pacheco & Serrano, 2018) En los últimos años, la adopción de tecnologías digitales ha transformado el sector asegurador en Ecuador.

Las aseguradoras están utilizando big data, inteligencia artificial y otras tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia operativa, personalizar productos y servicios, y ofrecer mejores experiencias al cliente. (Hernandez, 2020).

Los seguros de vida se definen como un contrato en el cual la aseguradora, a cambio del pago de primas, promete pagar una cantidad específica de dinero a un beneficiario designado al

fallecimiento del asegurado, pueden incluir seguros de vida a término, seguros de vida entera y seguros de vida universal, cada uno con características y beneficios específicos. (Kunreuther & Pauly, 2004).

Al enfocarnos en un seguro de salud se puede definir como aquellos acuerdos contractuales en los que una aseguradora se compromete a cubrir total o parcialmente los gastos médicos del asegurado a cambio de una prima periódica bien sean individuales, familiares o corporativos, así como seguros para enfermedades graves y en el caso de accidentes, permitiendo que los costos sean más manejables y predecibles para los individuos. (Hsiao & Cutler, 2004).

Dentro de lo que engloba a los tipos de seguros cabe mencionar sobre los seguros de propiedad y casualidad donde se indica que estos seguros incluyen cobertura para bienes inmuebles, vehículos, y riesgos empresariales. Son fundamentales para la protección del patrimonio de individuos y empresas, y para la gestión de riesgos en diversas industrias.

A su vez esto conlleva a poder hablar sobre los seguros obligatorios como por ejemplo el seguro de accidentes de tránsito (SOAT) en Ecuador, diseñado para proporcionar cobertura en caso de accidentes vehiculares.

Este seguro es obligatorio para todos los vehículos que circulan en el país y tiene como objetivo ofrecer protección tanto a los conductores como a los peatones. (Jaramillo & Luis, 2019).

### 1.1. Revisión Literaria

La evolución histórica del seguro ha sido ampliamente documentada por diversos autores, quienes han señalado su importancia como un mecanismo de transferencia de riesgos y promoción del ahorro. Los seguros permiten la distribución del riesgo entre una gran cantidad de personas, lo cual contribuye a la estabilidad financiera.

Desde esta perspectiva, los seguros no solo protegen contra pérdidas potenciales, sino que también facilitan la inversión al reducir la incertidumbre económica. Pérez analiza cómo las recientes crisis económicas han afectado al sector.

Identifica oportunidades para la innovación y la creación de productos de seguros más accesibles y adaptados a las necesidades cambiantes de la población. (Perez, 2022) Otro aspecto fundamental en la literatura es el papel del seguro en la economía global y su influencia en la seguridad económica de las sociedades. Mapfre (2022) argumenta que el seguro actúa como un facilitador de la seguridad económica, permitiendo a las empresas y personas

enfrentarse a la incertidumbre de manera más eficaz. Este enfoque subraya la función del seguro como una herramienta esencial en la gestión de riesgos, no solo en Ecuador, sino a nivel global. (MAPFRE & Hernando, 2022).

Además, la revisión teórica incluye la discusión sobre los tipos de seguros y los riesgos que cubren. Picazo, A. (2015) menciona que, a medida que las economías se han globalizado, los tipos de riesgos también se han diversificado, llevando a la creación de productos de seguros más especializados.

En el contexto ecuatoriano, esto se refleja en la oferta de seguros para riesgos específicos, como los relacionados con desastres naturales, que son especialmente relevantes dada la geografía del país. (Picazo, 2015).

Los seguros en el Ecuador han ido evolucionando y modernizándose, regulándose con nuevos requerimientos legales y normativos en busca de garantizar la solvencia de estas entidades. El presente artículo trata sobre: Funciones del Seguro; Importancia del Seguro; Seguros por la forma de prestación; Empresa de Seguros; Tipos de Seguros y Riesgos; y los seguros en el Ecuador.

Se ha elaborado como un artículo de revisión, ahondando en un tema de mucho interés para quienes escriben,

valorando la información disponible al respecto y construyendo un análisis con argumentos fundamentados en la literatura existente. El objetivo propuesto, es compilar suficiente información sobre el tema en estudio, utilizando para ello como metodología el análisis del discurso. Se ha querido exponer en el presente, los fundamentos formales que dan sustento a un trabajo de investigación en proceso. No se presenta como tal un cuerpo de conclusiones, se ha querido más que eso, compartir un conjunto de reflexiones que dan sustento a la revisión teórica realizada. (Guerrero & Guevara, 2019).

En nuestro país aún no existe la cultura de adquirir un seguro para respaldar nuestros bienes y la vida, de todo tipo de siniestros, incluso de los desastres naturales, su capacidad para adquirir es reducida, a pesar de todo esto las aseguradoras cuentan con la solvencia para poder afrontar todo tipo de siniestros como fue el terremoto ocurrido el 16 de abril del 2016, donde las compañías y reaseguros lograron cubrir grandes pérdidas sin tener mayor afectación. (Barrezueta, 2018).

Las compañías o empresas que muestran la ventaja o solución a la crisis que hoy en día enfrentan y de estas sacar el provecho al máximo son las que tienen una visión del futuro acertado y podrán cambiar sus modelos de negocios si así

lo creyeran necesario para un futuro más sostenible. (Salmuezo, 2012).

## 2. Metodología

El enfoque metodológico adoptado en este estudio se basa en un análisis cualitativo de la literatura existente sobre el sector asegurador en Ecuador. Utilizando el análisis del discurso, se examinan las funciones y la importancia del seguro desde una perspectiva teórica, permitiendo una comprensión profunda de los conceptos clave. Esta metodología cualitativa es adecuada para explorar temas complejos, como la evolución del seguro y su impacto en la economía. (Denzin & Yvonna, 1994).

La elección de una metodología cualitativa responde a la necesidad de construir un marco teórico sólido que pueda ser utilizado como base para futuras investigaciones. La importancia de comprender el miedo a la incertidumbre y cómo este ha llevado al desarrollo del seguro como un mecanismo de protección. Este tipo de análisis permite captar las sutilezas de cómo el seguro ha sido percibido y utilizado en diferentes contextos históricos y sociales. (Alvear, 2009).

Finalmente, la revisión de la normativa actual y su impacto en el sector asegurador ecuatoriano forma parte esencial de la metodología utilizada. Las regulaciones vigentes han sido clave para asegurar la solvencia de las

compañías aseguradoras en Ecuador, lo que ha permitido una modernización del sector y una mejor protección para los consumidores.

Este análisis cualitativo proporciona un marco comprensivo para entender los desafíos y oportunidades que enfrenta el sector asegurador en el país. (Nuñez, 2011)

## Análisis de la Información

Es necesario identificar los cambios y mejoras que se han implementado con el tiempo. Aquí se presentará un resumen comparativo de las disposiciones clave de la normativa antigua y la normativa actual, destacando las diferencias y avances en aspectos como regulación, supervisión, derechos de los asegurados y obligaciones de las aseguradoras. (COSEDE, 2016)

Tabla 1 Normativa Antigua y Normativa Actual

| Aspecto                    | Normativa Antigua                                                                               | Normativa Actual                                                                                                           |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Entidad Reguladora         | Superintendencia de Bancos y Seguros.                                                           | Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (Supercias).                                                              |
| Marco Regulatorio          | Ley de Seguros de 1998 y sus reformas.                                                          | Ley de Seguros de 2016 y sus reformas.                                                                                     |
| Supervisión y Control      | Menor enfoque en supervisión continua y evaluación de riesgos.                                  | Supervisión basada en riesgos, con evaluaciones periódicas de solvencia y prácticas empresariales.                         |
| Capital Mínimo Requerido   | Requerimientos de capital mínimo menos estrictos.                                               | Requerimientos de capital mínimo aumentados para garantizar la solvencia de las aseguradoras.                              |
| Transparencia y Gobernanza | Menos requisitos en cuanto a la divulgación de información y gobernanza corporativa.            | Aumento en los requisitos de transparencia y gobernanza, incluyendo la divulgación periódica de informes financieros.      |
| Protección al Consumidor   | Protección al consumidor menos desarrollada, con menos derechos explícitos para los asegurados. | Mayor protección al consumidor, con derechos más claramente definidos y mecanismos de reclamación mejorados.               |
| Resolución de Conflictos   | Procedimientos de resolución de conflictos menos estructurados.                                 | Implementación de procedimientos más claros y eficientes para la resolución de conflictos entre asegurados y aseguradoras. |
| Innovación y Tecnología    | Regulaciones menos adaptadas a las nuevas tecnologías y productos innovadores.                  | Mayor énfasis en la regulación de productos innovadores y uso de tecnología en el sector asegurador.                       |
| Sanciones y Penalidades    | Sanciones menos severas y menos claras.                                                         | Endurecimiento de sanciones y penalidades para aseguradoras que incumplen con la normativa.                                |

**Nota:** Comparación de las diferencias entre la Normativa Antigua y la Actual.

### 3. Resultado

El sector asegurador ha desempeñado un papel crucial en la economía moderna, sirviendo como un mecanismo esencial para la gestión de riesgos y la protección de personas y empresas frente a eventos imprevisibles que pueden acarrear graves consecuencias financieras. En

Ecuador, este sector ha mostrado una notable evolución, influenciado por factores tanto internos como externos, como la globalización, los cambios regulatorios, y las demandas del mercado. Este desarrollo ha generado que las compañías aseguradoras locales se adapten a un contexto cada vez más competitivo y tecnificado, orientado a

ofrecer productos y servicios de alta calidad y eficiencia.

**Evolución Histórica del Sector Asegurador en Ecuador** El sector asegurador en Ecuador ha experimentado un desarrollo progresivo desde su formalización a principios del siglo XX. En sus primeras etapas, las aseguradoras locales se concentraban en cubrir riesgos básicos, como el seguro de vida y el seguro contra incendios.

Sin embargo, con la modernización de la economía ecuatoriana, la apertura de los mercados, y la introducción de nuevas tecnologías, el sector comenzó a diversificar su oferta, abarcando seguros generales, de salud, vehiculares, de transporte, y otros productos especializados (Ramírez, 2019).

El cambio más significativo en el sector asegurador ecuatoriano comenzó a partir de la década de 1990, con la implementación de reformas económicas que buscaban liberalizar la economía y permitir una mayor competencia entre las compañías aseguradoras. Estas reformas fueron clave para modernizar el sector, que hasta ese momento estaba regulado de manera estricta y con pocas oportunidades para la innovación en productos y servicios.

De hecho, el crecimiento de la demanda de seguros en áreas como la

construcción, la industria, y el comercio internacional fomentó la creación de nuevas normativas que promovieran la solvencia y estabilidad de las aseguradoras (Mora & Torres, 2021).

**Reformas Regulatorias en el Sector Asegurador** En las últimas dos décadas, las reformas regulatorias han sido cruciales para asegurar la solvencia de las compañías aseguradoras y proteger a los consumidores. La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, que actúa como el organismo regulador del sector, ha implementado una serie de normativas orientadas a fortalecer la transparencia y la solvencia de las aseguradoras (Suárez, 2020).

Estas normativas buscan asegurar que las compañías mantengan suficientes reservas de capital para cubrir posibles pérdidas derivadas de la materialización de los riesgos asegurados.

Uno de los cambios más relevantes fue la introducción de la Ley General de Seguros en 2016, la cual actualizó las disposiciones sobre la operación de las aseguradoras y aumentó los requisitos de capital mínimo, lo que fomentó una mayor estabilidad en el mercado (Gómez & Andrade, 2021). Este marco regulatorio ha sido esencial para garantizar que las aseguradoras puedan operar de manera eficiente y cumplan con los estándares internacionales de solvencia y gestión de riesgos.

**Tabla 2.**  
**Principales Reformas Regulatorias en el Sector Asegurador Ecuatoriano**

| Principales Reformas Regulatorias en el Sector Asegurador Ecuatoriano |                                                             |                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Año                                                                   | Reforma                                                     | Impacto principal                                                      |
| 1994                                                                  | Liberalización del mercado de seguros                       | Mayor competencia y diversificación de productos                       |
| 2010                                                                  | Implementación de estándares internacionales de solvencia   | Aumento en los requisitos de capital para las aseguradoras             |
| 2016                                                                  | Ley General de Seguros                                      | Modernización del marco legal y fortalecimiento del sistema asegurador |
| 2021                                                                  | Actualización de normativas sobre transparencia y solvencia | Mayor protección al consumidor y fortalecimiento de la regulación      |

**Tipos de Seguros Disponibles en Ecuador**

En la actualidad, las aseguradoras en Ecuador ofrecen una amplia gama de productos diseñados para cubrir diversas necesidades y mitigar riesgos de distinta naturaleza. Entre los seguros más comunes se encuentran:

**1. Seguro de Vida:** Este tipo de seguro está diseñado para proteger financieramente a los dependientes de una persona en caso de fallecimiento. En Ecuador, el seguro de vida ha ganado relevancia debido a una mayor conciencia sobre la importancia de la protección financiera (Paredes, 2020).

**2. Seguro de Salud:** Uno de los productos más demandados en los últimos años ha sido el seguro de salud, particularmente debido al incremento en los costos médicos y la creciente preocupación por el bienestar personal y familiar.

**3. Seguro de Vehículos:** Con la expansión del parque automotor en Ecuador, el seguro vehicular ha experimentado un importante crecimiento. Este producto ofrece protección tanto a nivel de daños materiales como responsabilidad civil ante terceros.

**4. Seguro de Responsabilidad Civil:** Cada vez más utilizado por empresas e individuos, este tipo de seguro cubre daños que puedan ser causados a terceros durante el ejercicio de actividades comerciales o personales.

**5. Seguro de Transporte y Comercio Internacional:** En un mundo globalizado, donde el comercio internacional juega un papel crucial en la economía ecuatoriana, este tipo de seguro protege los bienes durante su transporte.

El Impacto de la Globalización en el Sector Asegurador Ecuatoriano La globalización ha tenido un impacto

profundo en el sector asegurador en Ecuador, impulsando la necesidad de adaptación a estándares internacionales y fomentando una mayor competitividad en el mercado local. Las compañías aseguradoras han tenido que ajustar sus operaciones para cumplir con las exigencias de solvencia y transparencia que imponen los organismos internacionales, como la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS) (Santos & Peña, 2018).

Asimismo, la apertura de mercados ha permitido la entrada de compañías aseguradoras extranjeras, que compiten con las aseguradoras nacionales. Esta competencia ha forzado a las empresas locales a mejorar sus servicios y ampliar su cartera de productos para mantenerse relevantes en el mercado. Como resultado, el sector asegurador ecuatoriano ha logrado modernizarse y adaptarse a las nuevas exigencias del mercado global.

**Figura 1.**  
Crecimiento del Sector Asegurador en Ecuador (2011-2024)  
Fuente: RankingsLatam. (2024).

La gráfica que muestra el crecimiento del sector asegurador en Ecuador entre 2011 y 2024 refleja un patrón de crecimiento constante, aunque con algunos picos y caídas notables. En particular, se observa un aumento significativo en ciertos años, lo que

coincide con reformas legislativas o cambios en el marco normativo que incentivaron la confianza en el mercado asegurador. Sin embargo, hay caídas que podrían estar relacionadas con crisis económicas globales o regionales, como la recesión de 2008-2009.

Según Ramírez y Salazar (2021), el crecimiento del sector asegurador en Ecuador está vinculado directamente con el fortalecimiento de las normativas que exigen mayor solvencia y transparencia en las aseguradoras.

Esto ha permitido una mayor confianza en el sector por parte de los consumidores, lo que se refleja en el aumento de las primas de seguros a lo largo de los años. A su vez, García (2020) señala que el desarrollo de nuevas tecnologías y la modernización en la gestión de riesgos también han sido factores determinantes en este crecimiento sostenido.

**Desafíos y Oportunidades del Sector Asegurador en Ecuador** A pesar de los avances en el sector asegurador, aún existen desafíos importantes. Uno de los principales retos es la baja penetración del seguro en la sociedad ecuatoriana. De acuerdo con estudios recientes, una gran parte de la población no cuenta con seguros, especialmente en zonas rurales y sectores vulnerables (García & Villacís, 2022).

Esto representa un desafío significativo para las aseguradoras, que deben encontrar formas innovadoras de llegar a estas poblaciones y ofrecer productos adaptados a sus necesidades y capacidades económicas.

Otro desafío importante es la competencia entre aseguradoras nacionales e internacionales. Si bien la entrada de aseguradoras extranjeras ha fomentado la competencia, también ha ejercido presión sobre las empresas locales, que a menudo carecen de los recursos y la infraestructura para competir a nivel internacional.

Por otro lado, la digitalización presenta una gran oportunidad para el sector asegurador en Ecuador. La tecnología puede ayudar a las compañías aseguradoras a reducir costos, mejorar la experiencia del cliente y desarrollar nuevos productos más personalizados y accesibles. El uso de plataformas digitales para la venta de seguros y la atención al cliente está creciendo rápidamente, lo que podría transformar la manera en que los consumidores adquieren seguros en el país (Pérez, 2023).

#### 4. Conclusión

El sector asegurador en Ecuador ha pasado por una notable transformación desde la década de 1990 hasta la actualidad. A través de diversas

reformas regulatorias, la globalización, mejoras en la regulación y supervisión, y la adopción de nuevas tecnologías, el sector ha mostrado un crecimiento sostenido y una mayor diversificación, adaptándose a los cambios económicos y tecnológicos. A pesar de los desafíos, como la baja penetración del seguro y la competencia internacional, el futuro del sector parece prometedor.

La adopción de tecnologías digitales y la diversificación de productos representan oportunidades clave para el crecimiento sostenido del mercado asegurador en Ecuador.

El sistema de seguros en Ecuador ha evolucionado significativamente, impulsado por reformas regulatorias, crecimiento económico y avances tecnológicos. Los estudios y análisis de diversos autores destacan la resiliencia y adaptabilidad del sector frente a los desafíos económicos y regulatorios.

El futuro del sistema de seguros en Ecuador parece prometedor, con oportunidades para una mayor inclusión financiera y el desarrollo de productos innovadores que satisfagan las necesidades cambiantes de la población. La literatura sobre el sector de seguros en Ecuador refleja una evolución significativa impulsada por reformas regulatorias, crecimiento económico y avances tecnológicos.

A pesar de los desafíos económicos, el sector ha mostrado resiliencia y adaptabilidad, con oportunidades emergentes en la inclusión financiera y la innovación tecnológica. Las tendencias actuales indican un enfoque hacia la digitalización y la sostenibilidad, lo que augura un futuro prometedor para el sector asegurador en Ecuador.

La normativa actual de la Ley de Seguros en Ecuador ha introducido cambios significativos que mejoran la supervisión, la transparencia, la protección al consumidor y la adaptabilidad a la innovación tecnológica. Estas reformas han fortalecido el sector asegurador, asegurando una mayor estabilidad financiera y una mejor protección para los asegurados.

Este trabajo ha analizado las principales características del sector asegurador en Ecuador, desde su evolución histórica hasta los retos y oportunidades actuales. Si bien se han logrado avances significativos, aún queda mucho por hacer para garantizar que todos los ecuatorianos tengan acceso a productos de seguros que les protejan frente a los riesgos de la vida cotidiana.



## 5. Bibliografías

- Alvear, J. (2009). Derecho de Seguros.
- Barrezueta, N. (2018). Panorama del mercado asegurador asesores productores de seguros y peritos en el Ecuador. Cuenca.
- Bravo, C. (2014). El desarrollo del seguro en Ecuador y su impacto en la economía. Guayaquil. COSEDE. (agosto de 2016). LEY GENERAL DE SEGUROS. Obtenido de <https://www.cosedec.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/LEY-GENERAL-SEGUROS>
- Denzin, N., & Yvonna, L. (1994). Handbook of Qualitative Research.
- García, L. (2020). Innovación y desarrollo en el sector asegurador ecuatoriano: Un análisis del impacto de las tecnologías emergentes en la gestión de riesgos. Revista de Ciencias Económicas y Administrativas, 15(2), 88-104.
- García, P., & Villacís, M. (2022). El seguro en el Ecuador: desafíos y oportunidades para su expansión. Revista de Economía y Finanzas, 18(3), 102-118.
- Gómez, L., & Andrade, R. (2021). La Ley General de Seguros y su impacto en la solvencia de las aseguradoras ecuatorianas. Quito: Editorial Universitaria.
- Guerrero, V., & Guevara, M. (Junio de 2019). Dialnet. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/>
- Hernandez, D. (2020). La revolución digital en el sector asegurador ecuatoriano. Quito.
- Hsiao, W., & Cutler, D. (2004). Your Money or Your Life: Strong Medicine for America's Health Care System. Texas.
- Jaramillo, E., & Luis, G. (2019). Desafíos y perspectivas del sector asegurador en Ecuador. Guayaquil.
- Kunreuther, H., & Pauly, M. (2004). Insurance Decision-Making and Market Behavior. Chicago. MAPFRE, & Hernando, I. (2022). El Seguro Como Protector de Bienes y su importancia en la economía. Quito.
- Mora, F., & Torres, J. (2021). Evolución y modernización del sector asegurador en Ecuador.
- Cuadernos de Finanzas, 23(4), 88-104.
- Núñez, A. (2011). Principios jurídicos del seguro.
- Pacheco, M. F., & Serrano, J. C. (2018). El desarrollo del seguro en Ecuador y su impacto en la economía. Cuenca.
- Paredes, S. (2020). Seguros de vida y su impacto en la estabilidad financiera de los hogares ecuatorianos. Quito: Universidad Central.
- Pérez, M. (2023). Digitalización en el sector asegurador: una oportunidad para Ecuador. Informe de Innovación Financiera, 12(2), 65-80.
- Perez, R. (2022). Impacto de la crisis económica en el sector asegurador ecuatoriano. Carchi.
- Picazo, A. (2015). La eficiencia en los seguros. Guayaquil. Salmuezo, N. (2012). La sostenibilidad en el sector empresarial.
- Ramírez, A. (2019). El seguro en Ecuador: una historia de crecimiento y transformación. Guayaquil: Editorial Jurídica.
- Ramírez, J., & Salazar, M. (2021). Evolución del sector asegurador en Ecuador: Impacto de las reformas legislativas y tecnológicas en el crecimiento de las aseguradoras. Revista Ecuatoriana de Economía y Finanzas, 12(3), 45-67.
- RankingsLatam. (2024). Análisis del desempeño del mercado asegurador de Ecuador - Junio 2024. RankingsLatam. Recuperado de <https://rankingslatam.com/es-la/blogs/industry-news/analysis-of-ecuadors-insurance-market-performance-2024-06-rankings>.
- Santos, E., & Peña, V. (2018). Competencia en el sector asegurador: un análisis comparativo entre Ecuador y los países de la región. Lima: Fondo Editorial Andino.
- Suárez, R. (2020). La Superintendencia de Compañías y el control del sector asegurador en Ecuador. Quito: Editorial Jurídica.
- Vázquez, R., & Coll, F. (2020). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/>
- Villacís, J., & Ayala, L. M. (2005). El mercado de seguros en Ecuador: evolución y perspectivas. Quito.

## DISEÑO DE ESTRATEGIA DE MARKETING DE INFLUENCERS BASADA EN UNA REVISIÓN DE LITERATURA

### DESIGN OF INFLUENCER MARKETING STRATEGY BASED ON A LITERATURE REVIEW

*<sup>1</sup>Henry Nicolas Gavilanes Gómez, <sup>2</sup>JenniZer Katherine Angulo Toaza*

*<sup>1</sup>Tecnológico Universitario Espíritu Santo, <sup>2</sup>Instituto Superior Tecnológico Guayaquil*

#### Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal diseñar los pasos o acciones necesarias que toda empresa, marca o emprendedor debe realizar para estructurar una estrategia de marketing de influencers efectiva, que permita optimizar de manera eficiente su control y seguimiento durante su implementación. Para ello, se empleó un enfoque cualitativo basado en una revisión sistemática de la literatura, complementada con un análisis deductivo para identificar las principales teorías y conceptos clave del marketing de influencers, los cuales sirvieron como fundamento para estructurar los resultados de este trabajo. La estrategia propuesta, "Segmentación personalizada y optimización del ROI a través de nanoinfluencers", tiene como objetivo alcanzar segmentos de mercado específicos mediante colaboraciones de bajo costo pero alta efectividad, maximizando el retorno de inversión.

**Palabras clave:** Nanoinfluencers, Marketing de influencers, Segmentación, Interacción, Retorno de Inversión (ROI).

#### Abstract

The main objective of this research was to design the necessary steps and actions that every company, brand or entrepreneur must follow to structure an effective influencer marketing strategy, which allows for efficient optimization of its control and monitoring during its implementation. To do so, a qualitative approach was used based on a systematic review of the literature, complemented by a deductive analysis to identify the main theories and key concepts of influencer marketing, which served as a foundation for structuring the results of this work. The proposed strategy, "Personalized segmentation and ROI optimization through nanoinfluencers", aims to reach specific market segments through low-cost but highly effective collaborations, maximizing the return on investment.

**Keywords:** Nanoinfluencers, Influencer Marketing, Segmentation, Interaction, Return on Investment (ROI).

## 1. Introducción

En los últimos diez años, el marketing de influencers ha surgido como una estrategia clave para las empresas que buscan conectarse de manera efectiva con sus audiencias. Este enfoque, conocido también como influencers marketing, se define como una estrategia de marketing digital que involucra colaboraciones entre marcas e individuos influyentes en redes sociales para promocionar productos o servicios (Lilien & Bruyn, 2016).

En esencia, se apoya en la capacidad de personas con influencia en las plataformas digitales para generar visibilidad y credibilidad, lo que ha demostrado ser una herramienta poderosa para aumentar el reconocimiento de marca y la lealtad del consumidor.

Con el crecimiento exponencial de las redes sociales, el marketing de influencers se ha consolidado como un componente esencial en las estrategias de marketing digital, proporcionando a las marcas una ventaja competitiva. Ryan & Jones (2009) señalan que la proliferación de estas plataformas ha dado lugar a un nuevo paradigma comunicacional, en el cual los influencers juegan un papel crucial.

Las empresas que integran correctamente estas estrategias pueden

lograr una mayor visibilidad, lo que a su vez se traduce en un incremento en ventas y en la fidelización de clientes.

Investigaciones previas sobre el marketing de influencers y cómo utilizan la persuasión estos profesionales han demostrado su efectividad como una estrategia clave para conectar marcas con audiencias específicas de manera directa y auténtica (Cialdini, 2017).

Sin embargo, a pesar de su popularidad, el marketing de influencers enfrenta retos importantes, sobre todo la necesidad de adaptarse a las expectativas cambiantes de los consumidores y la rápida evolución de las plataformas digitales.

Cheung et al. (2011) advierten que esta naturaleza dinámica presenta desafíos constantes para las marcas, que deben innovar continuamente para mantener la relevancia de sus campañas.

Asimismo, Hodgkinson & Lee (2016) afirman que la influencia de los influencers está en constante transformación, impulsada por el desarrollo de nuevas tecnologías y plataformas.

Kotler et al. (2016) también subrayan la importancia de que las marcas redefinan sus estrategias a medida que cambien las dinámicas digitales, para conectar de manera más efectiva con su público objetivo.

Esto garantiza no solo la autenticidad de las campañas, sino también la capacidad de los influencers para generar un impacto significativo y sostenible.

Este panorama en constante evolución, donde convergen marcas, influencers y audiencias digitales, justifica la necesidad urgente de desarrollar nuevas estrategias innovadoras en el marketing de influencers, lo que hace imprescindibles investigaciones como esta en este ámbito.

El objetivo principal de esta investigación es diseñar los pasos o acciones necesarias que las empresas, marcas o emprendedores deben realizar para estructurar una estrategia de marketing de influencers efectiva, que les permita optimizar de manera eficiente su control y seguimiento.

A partir de esto, se exponen de forma breve y específica cómo diversos autores describen las teorías y conceptos clave de diferentes literaturas, que fundamentan el diseño de la propuesta de estrategia de marketing de influencers presentada en este trabajo.

En primer lugar, se destaca que los influencers se distinguen por su credibilidad y experiencia en áreas específicas. Kaplan et al. (2020) los considera expertos en sus nichos de mercado, con un profundo conocimiento sobre los temas que abordan.

Lilien & Bruyn (2008) señalan que los influencers poseen un número considerable de seguidores en sus plataformas, lo que les permite llegar a un público amplio y segmentado.

Además, Hennig-Thurau (2004) subraya que la interacción activa con sus audiencias, respondiendo a comentarios y preguntas, es clave para mantener su relevancia y conexión con los seguidores.

La autenticidad y transparencia son igualmente cruciales, ya que los usuarios valoran la honestidad de los influencers, lo que fortalece la efectividad de las campañas.

Segundo, los tipos de influencers. Vries (2020) los clasifica en macroinfluencers, microinfluencers y nanoinfluencers, definidos por el número de seguidores, según lo publicado por Molano (2023) en la página de HubSpot.

Cada tipo tiene características particulares: los macroinfluencers (100.000 a 1.000.000 de seguidores) ofrecen un alcance amplio; los microinfluencers (10.000 a 100.000) tienen una relación más cercana con su audiencia, generando mayor engagement; y los nanoinfluencers (1.000 a 10.000) se enfocan en audiencias muy específicas y comprometidas. Como tercero el público objetivo. Esto fundamental en la elección de influencers, como

afirma Veirman et al. (2017), ya que las características demográficas y psicográficas de la audiencia aseguran que los mensajes promocionales lleguen a los consumidores adecuados.

A su vez, las plataformas digitales, como Instagram, YouTube, TikTok y X, son cruciales en el marketing de influencers. Las marcas deben elegir la plataforma más adecuada para su mensaje, como recomiendan Keller & Fay (2014).

Cuarto son las métricas. También llamados invocadores, juegan un papel esencial en la evaluación de la efectividad de las campañas. Kotler & Keller (2012) señalan que los KPI (Indicadores claves de rendimiento) permiten medir el desempeño de las estrategias y su contribución a los objetivos de negocio.

Kaplan & Haenlein (2010) destacan el ROI (Retorno de la inversión) como una métrica clave para medir el dinero invertido y retornado en las estrategias, mientras que Ruiz-Soler (2017) resalta la tasa de interacción como una métrica de participación de la audiencia muy importante.

Smith & Zook (2018) añaden que el alcance de los contenidos hacia a la audiencia es esencial para medir el tamaño de la misma a la que llega el influencer. Como quinto tenemos la calidad y relevancia de los contenidos. Estos son fundamentales para generar

una percepción de autenticidad. Keller & Lehmann (2020) afirman que el contenido debe ser atractivo, relevante y coherente con la marca. Fournier & Avery (2011) destacan que los influencers, al compartir experiencias personales y opiniones sinceras, construyen relaciones auténticas que influyen en las decisiones de compra de sus seguidores.

En conjunto, todas estas teorías subrayan la importancia de equilibrar alcance, interacción, rentabilidad y contenido relevante para maximizar el impacto de las campañas de marketing de influencers y que sirven para la estructura de una estrategia efectiva en este ámbito.

## 2. Metodología

La presente investigación utilizó un enfoque cualitativo utilizando la técnica de revisión sistemática de literatura, siguiendo los lineamientos de Hernández (2014). El instrumento de recolección fue el registro bibliográfico para la recolección de datos.

Se adoptó un análisis deductivo para identificar patrones en las teorías y conceptos claves que sirvieron el desarrollo de estrategias innovadoras. Esta revisión sistemática permitió reunir un amplio espectro de conocimientos, que sirvieron como base para proponer nuevas estrategias orientadas a mejorar

la competitividad de las empresas o marcas a través del uso estratégico de los influencers en diversas plataformas digitales.

## 4. Resultados

Como resultado de la revisión de la literatura en esta investigación, se presenta la siguiente propuesta de estrategia denominada "Segmentación personalizada y optimización del ROI a través de Nanoinfluencers". Esta estrategia tiene como objetivo alcanzar segmentos de mercado específicos mediante colaboraciones de bajo costo pero alta efectividad, maximizando el retorno de inversión.

Estrategia útil para empresas o emprendedores que desea llevar sus propuestas de valor o promesas de marca a una audiencia específica y no masivas. Se aclara que una estrategia según Kotler (2016) es un plan de acción diseñado para lograr objetivos de marketing específicos a través de la asignación de recursos y la implementación de tácticas que permitan alcanzar una ventaja competitiva sostenible.

Partiendo de este argumento, se procede a indicar las acciones necesarias para llevar a cabo esta estrategia.

**4.1 Definir los objetivos de la campaña**  
Smith (2015) comenta que la definición

de objetivos claros y medibles es el primer paso fundamental en el desarrollo de cualquier campaña de marketing. Debemos establecer objetivos claros y que las organizaciones puedan garantizar que sus esfuerzos estén alineados con sus metas generales y puedan medir el éxito de sus campañas de manera efectiva.

Algunos de los objetivos comunes de las empresas, marcas o emprendedores son aumentar las ventas de determinados productos, aumentar la visibilidad de la marca, generar tráfico a su sitio web o generar visitas a la tienda física.

## 4.2 Identificación del nicho de mercado

En este punto se debe determinar un segmento específico de mercado que esté alineado con el producto o servicio. Por ejemplo, si la marca es de implementos deportivos, el nicho podría ser consumidores interesados en deportes a nivel profesional o de recreación. O si la marca es de productos tecnológicos, su nicho podría ser consumidores interesados en gadget, domótica o afines.

Se debe Investigar las características demográficas y psicográficas de este nicho para entender sus preferencias y comportamientos. Definimos nicho de mercado según argumenta Porter (1980), a un segmento estrecho y específico dentro de un mercado más

amplio, caracterizado por necesidades, deseos y características únicas de los consumidores.

### 4.3 Selección de Nanoinfluencers

Conociendo en este punto que los nanoinfluencers son personas con una cantidad de entre 1,000 a 10,000 seguidores, que son percibidos como auténticos y que tengan una alta tasa de interacción con su audiencia. Se deben considerar aquellos que ya hablen sobre temas relacionados con el nicho identificado.

Este proceso se puede realizar mediante el uso de herramientas digitales de análisis de redes sociales para evaluar la calidad de sus seguidores y su tasa de engagement (interacción). Según Cauberghe & Hudders (2019) y Vries et al. (2019), los mensajes de los nanoinfluencers son percibidos como más auténticos, fomentando una mayor confianza y lealtad.

Esta capacidad, combinada con su menor tamaño de audiencia y mayor interacción, permite una segmentación más precisa y un ROI más alto. En consecuencia, los nanoinfluencers se posicionan como una opción estratégica para las marcas que buscan maximizar sus resultados a través de campañas segmentadas y personalizadas.

### 4.4 Planificación de la colaboración

Punto crucial de toda estrategia de marketing de influencer será la negociación y las directrices del tipo de colaboración que prestará el profesional a la marca o empresa. Se debe proporcionar a los influencers información clave sobre la marca y los productos que se desean socializar. Las marcas deben permitir que expresen sus opiniones de manera auténtica para mantener la credibilidad.

Negociaciones comunes de las empresa o marcas es la de enviar productos gratuitos para reseñas honestas, compartir códigos de descuento exclusivos, o realizar colaboraciones en contenido, como publicaciones patrocinadas o concursos. En este apartado, también deben establecer las plataformas de comunicación, como pueden ser TikTok, Instagram, Facebook o YouTube.

Sin embargo, se debe considerar según publica la página de PuroMarketing (2024) que el 80% de los usuarios afirman haber descubierto nuevos productos en la plataforma de TikTok, y el 70% han realizado compras inspiradas por contenido visto a través de ella. Lo cual demuestra el potencial de esta plataforma para este tipo de estrategias.

### 4.5 Aprobación de contenidos y lanzamiento de campaña

Los Nanoinfluencers se destacan por la creación de un contenido original, creativo y auténtico. Se caracterizan por su espontaneidad y la interacción de sus publicaciones, sin embargo, en muchos casos, estos contenidos no pasan por una revisión o aprobación de las empresas o marcas que los contratan, dejando muchas veces los objetivos de las campañas a un lado y confiando plenamente en lo que estos profesionales desarrollen.

Las marcas deben realizar la revisión y autorización formal de los contenidos creados por los influencers, con el objetivo de garantizar que dichos contenidos se alineen con los objetivos de la marca, cumplan con las regulaciones pertinentes y estén en línea con la identidad y los valores de la misma.

El objetivo de este punto, es que los nanoinfluencers creen contenido que resuene con su audiencia, mostrando su experiencia con el producto o servicio en su vida diaria, destacando las características y sus beneficios. Además de utilizar hashtags relevantes y etiquetas de la marca para aumentar la visibilidad.

### 4.6 Análisis de los resultados

En el transcurso de la campaña se deben comparar los resultados obtenidos con los indicadores establecidos. Analizar

qué contenidos generaron mayor interacción y conversiones. Entiéndase por conversiones como una acción deseada que un visitante realiza en un sitio web, red social o aplicación. Esta acción comúnmente es realizar una compra (Galiana, 2023).

Se debe evaluar el ROI de la campaña considerando los costos asociados con el envío de productos y posibles pagos a los influencers, en el caso de que no se haya utilizado el método de "canje" frente a los ingresos generados y la exposición de la marca.

### 4.7 Futuras optimizaciones

Para este momento se debe elaborar un informe detallado que resuma los hallazgos, incluyendo estadísticas clave de los mejores contenidos que dieron mayores resultados traducidos en el cumplimiento de los objetivos. Detectar los contenidos menos relevantes y hacer comparaciones de tasa de interacción de cada uno de ellos.

Identificar "lecciones aprendidas" para optimizar futuras campañas, enfocándose en la conveniencia de continuar con el mismo nanoinfluencers o buscar otros más efectivos. Así mismo identificar de igual forma las tácticas que generaron los mejores resultados.



## 5. Conclusiones

A lo largo de esta investigación, se ha logrado identificar que, si bien los macroinfluencers tienen un alcance más amplio, los nanoinfluencers ofrecen una conexión más genuina y profunda con audiencias específicas, lo que se traduce en mayores tasas de conversión.

Se identificó también la necesidad de definir con precisión el mercado objetivo en cualquier estrategia, así como planificar los contenidos de acuerdo con el tipo de influencer seleccionado. Asimismo, resulta crucial asegurar tanto la calidad como la relevancia de los contenidos para la audiencia.

Además, un seguimiento adecuado mediante las métricas establecidas es esencial para evaluar la efectividad de la estrategia implementada. Todo esto permitió proponer una estrategia de marketing de influencers centrada en la segmentación personalizada y el uso de nanoinfluencers.

La relevancia de esta investigación radica en su contribución a la optimización de las estrategias de marketing de influencers, permitiendo a las marcas o emprendedores conectar de manera más eficiente con su público objetivo y maximizar el retorno de inversión.

En términos prácticos, las empresas o emprendedores pueden implementar

la estrategia propuesta ajustando sus colaboraciones con influencers, enfocándose en aquellos con menor cantidad de seguidores, pero con un alto grado de credibilidad y conexión con la audiencia. Entre las principales limitaciones de esta investigación, están que, al tratarse de una revisión de literatura, los hallazgos y la estrategia propuesta dependen en gran medida de las fuentes y estudios previos consultados, lo que puede limitar la originalidad y profundidad del análisis.

Se destaca además la falta de pruebas empíricas que midan directamente la efectividad de la estrategia propuesta, lo que deja espacio para futuras investigaciones que validen estos hallazgos.

Se recomienda que, para garantizar el éxito de la estrategia presentada, es crucial llevar a cabo una implementación cuidadosa y un seguimiento continuo de la misma por medio de una fase piloto, seleccionando un grupo reducido de nanoinfluencers que representen los valores y objetivos de la marca anunciante. Durante esta fase, las empresas deben establecer métricas claras de éxito, como la tasa de interacción, el alcance y el retorno de inversión (ROI), y usar estas métricas para evaluar el rendimiento de cada campaña.

## 6. Referencias

- Caubergh, V., & Hudders, L. (2019). Authenticity in influencer marketing: An exploratory study. *Journal of Business Research*.
- Cheung, C., Chiu, P., & Lee, M. (2011). Understanding social media usage from a social cognitive perspective. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 461-483.
- Cialdini, R. (2017). Pre-suasión: Un método revolucionario para influir y persuadir. Ediciones Paidós.
- De Bruyn, A., & Lilien, G. L. (2008). A multi-stage model of word-of-mouth influence through social networks. *Marketing Science*.
- De Vries, L. (2020). The influencer marketing paradox: How to create authentic and engaging influencer campaigns. Kogan Page.
- Fournier, S. & (2011). The rise of the social brand. *Journal of Consumer Research*.
- Galiana, P. (2023). IEBS School. Obtenido de Glosario de marketing digital. : <https://www.iebschool.com/blog/glosario-marketing-digital/>
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2004). Understanding relationship quality in e-commerce: The role of perceived interaction justice, satisfaction, and trust. *Journal of Retailing*.
- Hernandez, S., Fernandez, C., & Baptista, L. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.
- Hodgkinson, I., & Lee, J. (2016). Digital influences: How online influencers are changing the way we live, work, and play. Oxford University Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*.
- Keller, E., & Fay, D. (2014). The influencer marketing guide: How to create and manage a successful influencer marketing program. *Social Media Examiner*.
- Keller, P., & Lehmann, D. (2020). Influencer marketing: A framework for understanding and evaluating its effectiveness. *Journal of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Dirección de marketing (Vol. 14). Pearson Educación.
- Kotler, P., Kotler, S., Kartajaya, M., & Setiawan, I. (2016). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley.
- Lilien, G., & Bruyn, A. (2016). YouTubers as brands: A study of personality and motivations. *Journal of Marketing*, 99-118.
- Molano, J. (15 de Agosto de 2023). HubSpot. Obtenido de Qué es un influencer, qué tipos existen y ejemplos: <https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-influencers#tipos>
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- PuroMarketing. (18 de marzo de 2024). El auge audiovisual del content marketing: La era de TikTok. Obtenido de PuroMarketing: <https://www.puromarketing.com/30/213535/auge-audiovisual-content-marketing>
- Ruiz-Soler, J. (2017). Investigación de Twitter para científicos sociales: una breve introducción a los beneficios, limitaciones y herramientas para analizar datos de Twitter. *Digitos. Revista de comunicación digital*. doi:<https://doi.org/10.7203/rd.v1i3.87>
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). The effect of social presence on perceived enjoyment: An experimental study of web-based games. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 873-892.
- Smith, P. R. (2015). Strategic planning for public relations (Vol. 5). Routledge.
- Smith, S., & Zook, M. (2018). Digital marketing: A practical approach. Kogan Page.
- Veirman, M., Caubergh, V., & Hudders, L. (2017). Influencer marketing on social media: A review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*.

## ECONOMIA CIRCULAR: RECUBRIMIENTOS HIDROFÓBICOS A BASE DE ÁCIDOS GRASOS Y CERAS PARA APLICACIONES DE PAPEL

### CIRCULAR ECONOMY: HYDROPHOBIC COATINGS BASED ON FATTY ACIDS AND WAXES FOR PAPER APPLICATIONS

*Augusta Jiménez Sánchez, Germán Aníbal Narváez Vásquez, Vivian Damaris Pérez Bernabé, Génesis Valeria Viera Quinto*  
Universidad de Guayaquil

#### Resumen

El presente estudio tiene como objetivo desarrollar un recubrimiento hidrofóbico a base de ácidos grasos y ceras para aplicaciones sobre papel, en el marco de la economía circular. Este desarrollo se enfocó en el uso de materiales naturales y renovables, como la cera de carnauba y el ácido esteárico, con el fin de maximizar la durabilidad del papel y reducir la dependencia de recursos no renovables. La investigación se enmarca en los principios de la economía circular, promoviendo la sostenibilidad y la minimización de residuos en la industria papelera. La metodología consistió en formular diferentes combinaciones de cera de carnauba, ácido esteárico, estearato de zinc y aditivos, buscando obtener una emulsión con alta resistencia a la humedad. Las formulaciones fueron caracterizadas mediante la medición del ángulo de contacto, espectrofotometría infrarroja con transformada de Fourier, tamaño de gota y estabilidad. Los recubrimientos fueron aplicados sobre papel mediante un método sencillo (brocha), y las muestras tratadas fueron evaluadas en términos de absorción de agua y adherencia. Los resultados mostraron que la formulación NF4 fue la más efectiva, proporcionando una baja absorción de agua ( $0.1326 \text{ g/m}^2$ ) y excelente adherencia al papel. Estos resultados destacan la efectividad del recubrimiento para mejorar las propiedades hidrofóbicas del papel, aumentando su durabilidad y, por lo tanto, prolongando su vida útil.

**Palabras clave:** Propiedades hidrofóbicas, ángulo de contacto, ácidos grasos, ceras, economía circular.

#### Abstract

The present study aims to develop a hydrophobic coating based on fatty acids and waxes for applications on paper, within the framework of the circular economy. This development focused on the use of natural and renewable materials, such as carnauba wax and stearic acid, in order to maximize the durability of paper and reduce the dependence on non-renewable resources. The research is framed within the principles of the circular economy, promoting sustainability and waste minimization in the paper industry. The methodology consisted of formulating different combinations of carnauba wax, stearic acid, zinc stearate and additives, seeking to obtain an emulsion with high resistance to humidity. The formulations were characterized by measuring the contact angle, Fourier transform infrared spectrophotometry, drop size and stability. The coatings were applied on paper using a simple method (brush), and the treated samples were evaluated in terms of water absorption and adhesion. The results showed that the NF4 formulation was the most effective, providing low water absorption ( $0.1326 \text{ g/m}^2$ ) and excellent adhesion to paper. These results highlight the effectiveness of the coating in improving the hydrophobic properties of paper, increasing its durability and therefore prolonging its lifespan.

**Keywords:** Hydrophobic properties, contact angle, fatty acids, waxes, circular economy.

## 1. Introducción

Los recubrimientos son capas protectoras aplicadas sobre un sustrato para protegerlo de factores externos que puedan comprometer su estabilidad (Cao, 2016; Espín-Delgado, 2017). En la economía circular, estos recubrimientos juegan un papel esencial, ya que permiten extender la vida útil de los materiales y productos, minimizando la extracción de nuevos recursos y fomentando su durabilidad.

Los recubrimientos hidrofóbicos, que repelen el agua, son un claro ejemplo de cómo mejorar la longevidad de los productos. Su capacidad para evitar la absorción de líquidos reduce el deterioro de los materiales, lo que es crucial para reducir el ciclo de vida de los productos en modelos lineales tradicionales (Martín-Vázquez et al., 2021).

El uso de recubrimientos hidrofóbicos en industrias como la automotriz, aeroespacial y de construcción es clave para mejorar la eficiencia energética y optimizar el mantenimiento de los productos (López-Cordoba, 2017).

En el sector de la energía solar, los recubrimientos permiten la autolimpieza de los paneles solares, aumentando su eficiencia energética y reduciendo la necesidad de reemplazo o limpieza constante (Glier & Sheer, 2020).

Esto se alinea con los principios de la economía circular, que buscan maximizar el ciclo de vida de los productos mediante la mejora de sus características físicas.

El desarrollo de recubrimientos ha involucrado el uso de materiales tanto orgánicos como inorgánicos. Los materiales poliméricos, naturalmente hidrofóbicos, y las nanopartículas inorgánicas contribuyen a crear superficies duraderas, lo que reduce la frecuencia de reemplazo de los productos (Quiroga et al., 2018; Parvate et al., 2020). En la economía circular, la combinación de estos materiales permite optimizar los recursos, creando soluciones que extienden la vida útil de los productos y minimizan los desechos. Asimismo, algunos materiales orgánicos, como el grafeno y los nanotubos de carbono, destacan por su baja densidad y alta resistencia, características que favorecen la creación de recubrimientos duraderos (López-Cordoba, 2017).

Sin embargo, el uso de solventes tóxicos en la síntesis de recubrimientos ha impulsado la investigación en alternativas biológicas que minimicen los impactos ambientales y promuevan un ciclo más sostenible, lo que es esencial dentro de un modelo de economía circular (Getaneh et al., 2023).

El interés por reducir el impacto ambiental ha llevado a la exploración de recubrimientos basados en fuentes

biológicas, como polisacáridos y proteínas. Inspirados en fenómenos naturales como el "efecto loto", estos recubrimientos replican mecanismos de repelencia al agua presentes en la naturaleza, ofreciendo soluciones sostenibles (Koirala et al., 2023; Si et al., 2018).

Entre los materiales más destacados, la ceracarnauba es notable por su capacidad de repeler agua y su versatilidad en múltiples aplicaciones industriales. Su uso en industrias farmacéuticas, cosméticas y alimentarias subraya su valor como un recubrimiento orgánico sostenible (Naucin- Azogue & Sailema-Moyolema, 2022).

El ácido esteárico, utilizado en cerámicas y polímeros, también se integra en procesos de economía circular al mejorar la durabilidad de los productos y reducir su ciclo de reemplazo (Flores-Miranda et al., 2020; Faccio et al., 2021). Por otro lado, el estearato de zinc, conocido por su capacidad para crear recubrimientos resistentes al agua, ha sido esencial en la fabricación de productos más duraderos, optimizando su uso en la construcción y otras industrias (Parsaie et al., 2021).

El presente estudio tiene como objetivo, desarrollar un recubrimiento hidrofóbico a base de ácidos grasos y ceras para aplicaciones sobre papel, en el marco de la economía circular.

La metodología consistió en formular diferentes combinaciones de cera de carnauba, ácido esteárico, estearato de zinc y aditivos, buscando obtener una emulsión con alta resistencia a la humedad. Los resultados mostraron que la formulación NF4 fue la más efectiva, proporcionando una baja absorción de agua (0.1326 g/m<sup>2</sup>) y excelente adherencia al papel.

## 2 Metodología

### 2.1 Elaboración del recubrimiento hidrofóbico

El procedimiento para la elaboración de una emulsión hidrofóbica comienza con el pesado de los componentes sólidos y líquidos por separado, utilizando una balanza analítica de alta precisión. A continuación, se somete a calentamiento la fase acuosa hasta alcanzar el punto de fusión de los ácidos grasos, se emulsifican mediante la adición lenta de la fase lipídica a la acuosa bajo agitación constante.

Posteriormente, se emplea una homogeneizadora de alta velocidad a 3000 rpm durante 1 minuto, manteniendo la mezcla a una temperatura adecuada para evitar la solidificación prematura. Luego, la emulsión se deja enfriar gradualmente a temperatura ambiente, agitando suavemente para evitar la separación de fases. La aplicación del recubrimiento se realizó mediante el método de



brocha, lo que permite un mejor control en la distribución uniforme sobre la superficie tratada. Durante todo el proceso, es crucial mantener el control de parámetros como la temperatura, el tiempo de agitación y la velocidad de rotación, ya que estos influyen directamente en la estabilidad final de la emulsión.

Además, se debe hacer referencia a estudios previos que validen el procedimiento, como el de J. Santos et al., (2016), para garantizar la reproducibilidad y confiabilidad del método. Los compuestos líquidos y sólidos se pesaron por separado, a continuación, se sometieron a calentamiento hasta alcanzar el punto de fusión de los compuestos lipídicos hasta formar una mezcla homogénea.

Posteriormente, se emulsionó en la homogeneizadora marca Wiggins de alta velocidad durante 1 minuto a 3000 rpm según la investigación realizada por J. Santos et al., (2016). La aplicación del recubrimiento se realizó por el método de brocha debido a que permitió un mejor control en la distribución del recubrimiento en la superficie.

## 2.2 Determinación de la mejor formulación

Las determinaciones de los ángulos de contacto de las diferentes formulaciones en papel se realizaron con la finalidad

de evaluar la humectabilidad de la superficie y así determinar la eficacia del recubrimiento hidrofóbico, considerando que la medición del ángulo sea mayor a 90° para determinar su propiedad hidrofóbica. La medición del ángulo de contacto fue la variable de respuesta que fue fundamental para la elección de la mejor formulación. Se realizó mediante la norma ASTM D724- 99 que consiste en colocar una gota de agua coloreada (5  $\mu\text{L}$ ) sobre la muestra, la cual debe estar en una superficie lisa y plana. La medición del ángulo se realizó 5 s después de que la gota hiciera contacto con la muestra. Sus unidades de medición son grados sexagesimales y cada prueba se realizó por triplicado.

## 2.3 Caracterización del recubrimiento hidrofóbico

La caracterización de la fórmula seleccionada abarcó la realización de ensayos como: FTIR, separación de fases, tamaño de gota, método Cobb y adherencia con la finalidad de evaluar su funcionalidad y estabilidad.

### 2.3.1 Espectroscopía Infrarroja por transformada de Fourier (FTIR) de la cáscara de naranja.

La identificación de los grupos funcionales presente en el recubrimiento se realizó mediante el uso del equipo FT-IR FTIR-4700. Se colocó la muestra en la celda del equipo y se realizó la lectura de

los picos en transmitancia, la interpretación de los grupos funcionales se realizó mediante revisión bibliográfica.

### 2.3.2 Separación de fases

Se realizó mediante una prueba de centrifugación según ONUDI, (2018) la cual consiste en colocar la muestra a 3000 rpm por 30 minutos y observar si existe o no la formación de distintas fases.

### 2.3.3 Tamaño de gota

El tamaño de la gota se realizó mediante el uso de un microscopio binocular Biobase. La muestra se colocó y se observó con un objetivo de 10x. Se midió el diámetro en unidades  $\mu\text{m}$  para determinar el tamaño de la gota.

### 2.3.4 Método Cobb

El método Cobb que indica la capacidad de absorción de agua se realizó según la norma ISO 535 la cual consiste en determinar la masa de la muestra después de haber colocado sobre ella 100 mL de agua.

### 2.3.5 Adherencia

La prueba de adherencia del recubrimiento hidrofóbico sobre el papel de cáscara de naranja se realizó según la norma ISO 2409 que consistió en realizar un marcado de cuadrículas de 0.5 cm x 0.5 cm, posteriormente se colocó una

cinta adhesiva por 5 minutos y se retiró en un ángulo de 60°. El resultado se midió en una escala del 1 a 5 siendo el primero el mejor resultado.

## 3 Resultados

### 3.1 Determinación de la mejor formulación

#### 3.1.1 Medición de ángulo de contacto

Las cuatro formulaciones planteadas se trabajaron con un intervalo de cera carnauba entre 5% - 13%, ácido esteárico entre 0% - 7%, estearato de zinc entre 6% - 14%. Las formulaciones NF3 y NF4 presentaron propiedades hidrofóbicas, sin embargo, la que presenta un ángulo de contacto mayor con un valor de 110.49° se dio en la formulación NF4.

La composición de NF4 en cera carnauba presenta un valor similar a lo realizado por Wang et al., (2023) en su estudio sobre recubrimientos a base de ácido poliláctico y cera carnauba que trabajó con un intervalo de 0% - 6% obteniendo un ángulo de 160.4° con 3%. El porcentaje de cera carnauba de NF4 difiere de las investigaciones realizadas por Forsman et al., (2017) que empleo un 10% y Li et al., (2017) que utilizó de 7% y obteniendo un ángulo de 120° y 151.5° respectivamente.

El porcentaje en peso del ácido esteárico de NF4 se asemeja a las composiciones empleadas por Dussán-Sarria et al.,



(2017) que utiliza un intervalo de 0.61% - 1.54% para la elaboración de un recubrimiento comestible aplicado en mango obteniendo mejores resultados con 1.54% que mantenía por más tiempo las propiedades organolépticas de la fruta. Por otro lado, este porcentaje de ácido esteárico difiere de valores utilizados por Abo-Shosha et al., (2008) y Chiumarelli & Hubinger, (2014) de 4% y un intervalo de 0.60% - 0.90% respectivamente; el primer autor emplea la cera para elaborar un recubrimiento comestible a base componentes orgánicos y el otro autor realiza una emulsión hidrofóbica aplicable a tejidos mixtos de algodón y poliéster.

El estearato de zinc de la fórmula NF4 difiere de los valores empleados por diferentes investigadores como Molina et al., (2017), Silva et al., (2017) que utilizaron 0.5% para formular una mezcla compatible con PLA/Almidón para recubrimientos hidrofóbicos, Lanzón et al., (2017) empleó un intervalo de 0.25% - 2 % para proteger superficies de adobe frente al agua y lluvia ácida, Dzulek, (2015) 3% como agente de acoplamiento y estudiando los efectos en las propiedades mecánicas de las superficies de los materiales y Parsaie et al., (2021) con 5% obtuvo un ángulo de contacto de 175°, este valor es mayor debido a que la superficie era poliuretano que es un polímero termoestable proveniente del poliéster.

Los componentes lipídicos empleados en la emulsión aportan características importantes. La cera carnauba aportaba buenas propiedades hidrofóbicas (Guaña et al., 2022), el ácido esteárico tiene la capacidad de reaccionar con el almidón que se encuentra presente en el papel para producir efectos plastificantes (Carvajal-Larenas et al., 2021) y el estearato de zinc es empleado en diversas mezclas como cemento y arcillas para otorgar propiedades hidrofóbicas incluso en ambientes agresivos como lluvias ácidas (García-Vera et al., 2020).

Los materiales hidrófobos presentan poca energía superficial y no permiten que el agua se esparza por su superficie, sino que forman gotas de agua que se deslizan con facilidad (Jiah, 2023), este fenómeno se debe a que la energía necesaria para romper la tensión superficial del agua y extenderla a la superficie del material es mayor que la energía de interacción que existe entre el agua y el material hidrofóbico (Bravo & Chuica, 2018).

Las propiedades de baja energía superficial de los materiales hidrófobos se logran utilizando varios métodos, como es la modificación química de la superficie del material para reducir su afinidad por el agua (González, 2019).

**Tabla 1. Ángulos de contacto de las formulaciones NF1-NF4**

| Fórmula | N prueba | Gota de agua                                                                        | Ángulo de contacto (°) |
|---------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| NF1     | 1        |  | 82,09 (0,22)           |
| NF2     | 2        |  | 96,57 (1,09)           |
| NF3     | 3        |  | 102,5 (1,97)           |
| NF4     | 4        |  | 110,49 (0,40)          |

Gotas de agua formadas sobre papel recubierto y los ángulos de contacto formados.

La Tabla 1 presenta los ángulos de contacto medidos para gotas de agua sobre superficies tratadas con diferentes formulaciones, etiquetadas como NF1 a NF4. El ángulo de contacto es un parámetro clave para evaluar la hidrofobicidad de una superficie, ya que un ángulo mayor a 90° indica una resistencia de la superficie al contacto con el agua. En este estudio, NF1 mostró el menor ángulo de contacto, con un promedio de 82.09° y una desviación estándar de 0.22, lo que sugiere una superficie hidrofílica. A medida que se incrementa el ángulo en las siguientes formulaciones, se observa un aumento en la hidrofobicidad: NF2 mostró un

ángulo promedio de 96.57°, mientras que NF3 alcanzó los 102.5° con una desviación de 1.97. Finalmente, NF4 presentó el mayor ángulo de contacto, con 110.49° y una baja variabilidad (0.40), reflejando una superficie altamente hidrofóbica.

El incremento progresivo en los ángulos de contacto desde NF1 a NF4 indica que las modificaciones químicas o estructurales de las superficies tratadas mejoraron su capacidad para repeler el agua. La menor desviación estándar en NF4 sugiere además que esta formulación genera una superficie más homogénea en cuanto

a su comportamiento hidrofóbico, en comparación con las otras formulaciones. Estos resultados destacan la efectividad de las formulaciones estudiadas para mejorar las propiedades hidrofóbicas, lo cual es crucial en aplicaciones donde se busca minimizar la interacción con el agua, como recubrimientos protectores o materiales auto limpiantes.

### 3.1.2 Análisis estadístico de las formulaciones

Los resultados del ANOVA (Tabla 2) mostraron un valor de ( $p < 0.001$ ), indicando que existían diferencias estadísticamente significativas entre las medias de los ángulos de contacto.

| Fuente      | GL | SC Ajust. | MC Ajust. | Valor F | Valor p |
|-------------|----|-----------|-----------|---------|---------|
| Tratamiento | 3  | 1325.25   | 441.750   | 336.31  | 0.000   |
| Error       | 8  | 10.51     | 1.314     |         |         |
| Total       | 11 | 1335.76   |           |         |         |

El análisis entre las cuatro formulaciones para identificar si eran significativamente diferentes entre sí, se realizó mediante una prueba de comparación de medias de Tukey (Tabla 3). Los resultados indicaron que la formulación NF4

presentó el mayor ángulo de contacto, seguida de NF3, NF2 y NF1. Ninguna de las formulaciones compartió la misma agrupación, lo que sugiere que todas son significativamente diferentes entre sí.

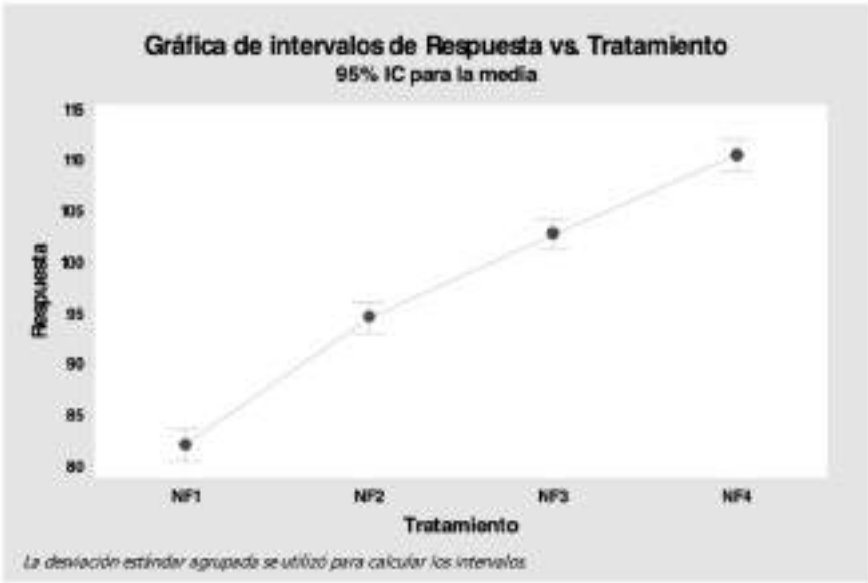
Tabla 3. Comparaciones en parejas de Tukey

| Tratamiento | N | Media     | S     |
|-------------|---|-----------|-------|
| NF4         | 3 | 110.490 a | 0.215 |
| NF3         | 3 | 102.70 b  | 1.086 |
| NF2         | 3 | 94.583 c  | 1.97  |
| NF1         | 3 | 82.090 d  | 0.403 |

La variable de respuesta versus los tratamientos se presenta en la Figura 1 y se aprecia que existe una diferencia significativa en cuando a la medida del ángulo de contacto. La gráfica se presenta de forma ascendente debido al aumento de los ángulos de contacto que empieza con  $82.09^\circ$  hasta  $110.49^\circ$

cuando se varía los porcentajes de los componentes, siendo la reducción del contenido de cera un factor relevante para la formación de la gota. A partir de la formulación NF2 se empieza a tener propiedades hidrofóbicas con un ángulo de contacto mayor a  $90^\circ$ .

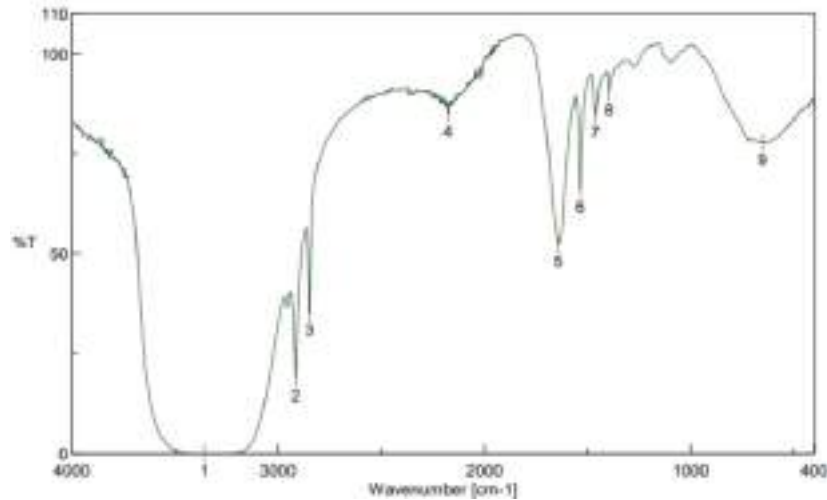
Fig. 1. Gráfica de intervalos de respuestas vs. Tratamiento



### 3.2 Caracterización del recubrimiento hidrofóbico

#### 3.2.1 Espectroscopía Infrarroja por transformada de Fourier (FTIR) del recubrimiento hidrofóbico.

**Fig. 2. Espectrograma del recubrimiento hidrofóbico**



El espectro infrarrojo de la Figura 2 revela la presencia de diversos grupos funcionales característicos de los componentes de la emulsión. Región de estiramiento O-H a 3100–3700  $\text{cm}^{-1}$ .

El pico a 3357.46  $\text{cm}^{-1}$  corresponde al estiramiento del enlace O-H del polisorbato 80, en concordancia con lo reportado por Bide et al., (2021). Región de estiramiento C-H (2800–3000  $\text{cm}^{-1}$ ): Los picos a 2915.84 y 2847.38  $\text{cm}^{-1}$  se atribuyen a las vibraciones de estiramiento de los enlaces C-H de cadenas alifáticas, típicas de ceras y ácidos grasos (Zhu et al., 2016 ; Chen et al., 2021; Huang et al., 2023). Región de carbonilos (1600–1800  $\text{cm}^{-1}$ ): El

pico a 1643.05  $\text{cm}^{-1}$  corresponde al estiramiento del grupo carbonilo del piruvato y ácido glucurónico presentes en la goma xantana (Osiro et al., 2011). El pico a 1536.99  $\text{cm}^{-1}$  se asigna a la vibración de estiramiento del grupo carbonilo del ácido esteárico, coincidiendo con los resultados de (Murillo, 2016). Se pueden apreciar otras regiones como el pico a 2177.24  $\text{cm}^{-1}$  corresponde al estiramiento del triple enlace C=C del ácido propiónico (Osiro et al., 2011). Las deformaciones angulares de los enlaces C-H en cadenas alifáticas, típicas del estearato de zinc (Zhu et al., 2016) con un valor de 146.78  $\text{cm}^{-1}$ . La vibración de estiramiento del enlace C-O en el polisorbato 80, en línea con los

resultados de Choudhury et al., (2013) con un valor de 1397.17  $\text{cm}^{-1}$ . En resumen, el espectro infrarrojo confirma la presencia de los componentes principales de la emulsión y permite identificar sus grupos funcionales característicos.

### 3.2.2 Separación de fase

La emulsión correspondiente al recubrimiento hidrofóbico tras someterse a la prueba de centrifugación durante un tiempo de 30 minutos a 3000 rpm no mostró signos de separación de fase, sedimentación ni floculaciones como se puede apreciar en la Figura 3. Mientras que en la investigación elaborada por Lillini et al., (2016) se

realizó una prueba de centrifugación de una duración de 30 minutos a 2500 rpm con la finalidad de comprobar la estabilidad de la emulsión en la cual mostraban signos de separación de fases al disminuir la cantidad de ácido esteárico.

Este componente juega un papel importante para que se desarrolle la emulsión permitiendo la mezcla adecuada entre la fase acuosa y fase oleosa ya que su estructura molecular aparte de contar con una larga cadena hidrofóbica cuenta un grupo carboxilo polar lo que permite una mejor distribución de los componentes del recubrimiento en la fase acuosa (Costa, 2022).

**Fig. 3. Resultados del ensayo de separación de fases**



3.2.3 Tamaño de gota

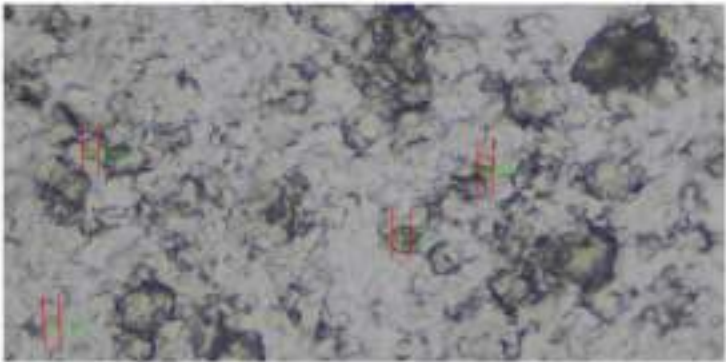


Fig. 4. Tamaño de gota de la emulsión del recubrimiento hidrofóbico



Los tamaños de las gotas distribuidas en la emulsión se puede identificar en la Tabla 4, por lo que de acuerdo con Piorkowski & McClements, (2014) indica que un tamaño de gota menor a 10  $\mu\text{m}$  asegura su estabilidad evitando fenómenos como coalescencia, separación de fases, floculación, etc. La estabilidad de la emulsión

del recubrimiento hidrofóbico se ve favorecida por la adición de la goma xantana como lo menciona Ramírez-Nieto et al., (2019) en su investigación para el desarrollo de una emulsión para ser utilizado como ingredientes biofuncionales a partir del extracto oleoso de la uchuva.

Tabla 4. Tamaño de gota de formulación de recubrimiento hidrofóbico NF4

| Formulación | Tamaño de gota ( $\mu\text{m}$ ) |
|-------------|----------------------------------|
| NF4         | 7.96 (0,67)                      |

3.3 Método COBB

Los resultados de la capacidad de absorción de agua en papel con y sin recubrimiento hidrofóbico se muestran en la Tabla 5, dando como resultado una diferencia de 80% menos de absorción de agua cuando es aplicado el recubrimiento.

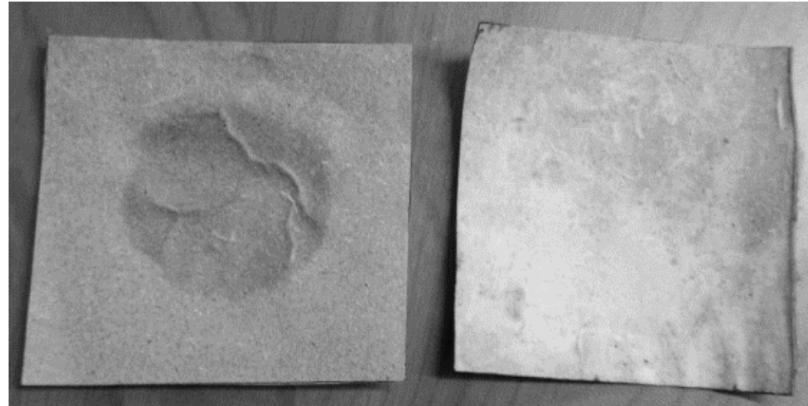
Tabla 5. Resultado del método Cobb

|                                        | Papel sin recubrimiento hidrofóbico | Papel con recubrimiento hidrofóbico |
|----------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Peso de agua ( $\text{g}/\text{m}^2$ ) | 64.43                               | 13.26                               |

Los resultados también pueden ser observados en la Figura 6, donde el recubrimiento ofrece protección frente a la humectabilidad de la superficie y a pesar de ser un material a base de celulosa como lo es el papel, se pudo mejorar la tendencia a la absorción de agua obteniendo un valor de 13.26 g/

$\text{m}^2$ , el resultado obtenido difiere con la investigación realizada por Dos Santos et al., (2023) en papel Kraft con recubrimiento de almidón catiónico y glicerina con cera carnauba que obtuvo un valor de 57  $\text{g}/\text{m}^2$  esto puede atribuirse a que sus componentes poseen características hidrofílicas.

**Fig. 6. Comparación de resultados de Método Cobb en papel con y sin recubrimiento hidrofóbico**

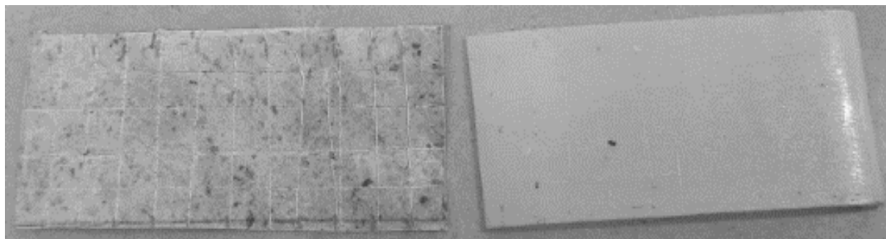


### 3.4 Adherencia

La evaluación cualitativa de la adherencia del recubrimiento hidrofóbico se realizó mediante la prueba de cinta adhesiva. El recubrimiento mostró una excelente adherencia a la superficie

del papel, alcanzando un nivel 1 en la escala de adherencia de 1 a 5. No se observaron signos de deslaminación o desprendimiento del recubrimiento, incluso después de someterlo a pruebas de flexión y abrasión. En la Figura 7 se puede apreciar el resultado obtenido.

**Fig. 7. Ensayo de adherencia**



### Conclusiones

Se desarrolló con éxito un recubrimiento hidrofóbico basado en ácidos grasos y ceras naturales, que muestra un alto potencial para aplicaciones en papel, en sintonía con los principios de la economía circular.

La mejor formulación identificada (NF4), compuestas por cera de carnauba (5-7%), ácido esteárico (2-3%) y estearato de zinc (11-12%), resultó en un recubrimiento con óptima adherencia y capacidad de repelencia. al agua, maximizando su funcionalidad.

Los ensayos realizados mostraron un ángulo de contacto de  $110.49^\circ$ , ausencia de rugosidad en la superficie tratada y una excelente estabilidad de fase. El análisis FTIR confirma la presencia de los componentes clave en la emulsión hidrofóbica. Mediante el método Cobb, se evidencia una reducción del 80% en la absorción de agua en comparación con el papel sin tratar, lo que sugiere la formación de una barrera hidrofóbica eficaz.

Además, se comprobó que el recubrimiento mantuvo su eficacia frente a pruebas de flexión y abrasión, lo que demuestra una buena durabilidad. Estos resultados indican que el recubrimiento desarrollado tiene un gran

potencial para ser utilizado en productos de papel en los que la protección contra la humedad es fundamental.

Al emplear materias primas renovables, se reduce la dependencia de productos petroquímicos, disminuyendo costos y fomentando una cadena de suministro más sostenible.

La mayor durabilidad del papel tratado permite su uso en mercados de alto valor como embalajes especializados, mientras que el modelo de producción más eficiente y con menos residuos puede aumentar la competitividad de las empresas que adoptan esta tecnología, respondiendo a la creciente demanda de productos ecológicos.



## Referencias

- Abo-Shosha, M. H., El-Hilw, Z. H., Aly, A. A., Amr, A., & Nagdy, A. S. I. E. (2008). ParaZin wax emulsion as water repellent for cotton/polyester blended fabric. *Journal of Industrial Textiles*, 37(4), 315–325. <https://doi.org/10.1177/1528083707083793>
- Avila-Castellano, C. A. (2022). Influencia de la tasa de calentamiento en las propiedades mecánicas de piezas de alúmina, obtenidas por impresión 3D mediante la técnica fused filament fabrication con filamento compuesto [Ingeniería Industrial]. <https://doi.org/10.1/JQUERY.MINJS>
- Bide, Y., Fashapoyeh, M. A., & Shokrollahzadeh, S. (2021). Structural investigation and application of Tween 80-choline chloride self-assemblies as osmotic agent for water desalination. *Scientific Reports*, 11(1). <https://doi.org/10.1038/S41598-021-96199-6>
- Bravo, F., & Chuica, Y. P. (2018). Fabricación de material súper hidrofóbico por inmersión para inhibir la corrosión en aceros inoxidable 304 [Escuela profesional de ingeniería química]. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/2869>
- Cao, H. (2016). Smart coatings for protective clothing. In *Active Coatings for Smart Textiles*. Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-100263-6.00016-2>
- Carvajal-Larenas, F. E., Sánchez-Montoya, A., Criollo-Criollo, G., Garcés-López, C., Martínez-Ochoa, N., Terán-Maldonado, P., Reyes-Jácome, C., & Andrade-Cruz, J. (2021). Biopolímeros de cáscaras de mango y su importancia en la soberanía alimentaria. *ACI Avances En Ciencias e Ingenierías*, 13(1), 7. <https://doi.org/10.18272/aci.v13i1.1775>
- Chen, Y., Duan, Q., Zhu, J., Liu, H., Chen, L., & Yu, L. (2021). Anchor and Bridge Functions of Aptes Layer on Interface between Hydrophilic Starch Films and Hydrophobic Soyabean Oil Coating. *Carbohydr. Polym.*, 272, 118450.
- Chiumarelli, M., & Hubinger, M. D. (2014). Evaluation of edible films and coatings formulated with cassava starch, glycerol, carnauba wax and stearic acid. *Food Hydrocolloids*, 38, 20–27. <https://doi.org/10.1016/j.foodhyd.2013.11.013>
- Cortes, N. G., González, M. B., Loperena, A. P., Lehr, I. L., & Brugnoli, L. (2023). Síntesis de recubrimientos hidrofóbicos sobre ai 316 l para aplicaciones biomédicas. *Libro de Resúmenes XXIII CAFQI*, 93(2), 327–336. <https://conferencias.unpa.edu.ar/index.php/cafq/article/view/281>
- Costa, V. L. D. (2022). biopolymers Hydrophobicity improvement of cellulose nanofibrils films by stearic acid and modified precipitated calcium carbonate coating. *Polymers and Biopolymers*, 11443–11459. <https://doi.org/10.1007/s10853-022-07249-x>
- Dussán-Sarria, S., Ramírez-Yela, J. I., & Hleap-Zapata, J. I. (2017). Conservación de Mango Mínimamente Procesado usando un Recubrimiento Comestible a base de Aceite de Aguacate. *Información Tecnológica*, 28(3), 67–74. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000300008>
- Dzulek, A. M. (2015). Efecto de un agente de acoplamiento natural sobre las propiedades mecánicas de un material compuesto polipropileno/henequén [Centro de investigación científica de Yucatán]. <https://cicy.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1003/410>
- Espín-Delgado, K. (2017). Desarrollo de un composito textil hidrofóbico utilizando diferentes tipos de polímeros. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/13093>
- Faccio, M., Thomazi, E., Silva, L. R., Catafesta, J., & Zorzi, J. E. (2021). Efeito do ácido esteárico em scaZolds de alumina obtidos por manufatura aditiva usando o método de fabricação por filamento fundido. *Cerâmica*, 67(384), 486–497. <https://doi.org/10.1590/0366-69132021673843182>
- Flores-Miranda, G. A., Yáñez-Fernández, J., & San Martín-Martínez, E. (2020). Efecto de los parámetros de procesamiento en las nanoemulsiones de astaxantina con ácido esteárico utilizando emulsificación ultrasónica. *Revista Mexicana de Ingeniería Química*, 19(3), 1301–1313. <https://doi.org/10.24275/RMIQ/ALIM936>
- Forsman, N., Lozhechnikova, A., Khakalo, A., Johansson, L. S., Vartiainen, J., & Österberg, M. (2017). Layer-by-layer assembled hydrophobic coatings for cellulose nanofibril films and textiles, made of polylysine and natural wax particles. *Carbohydrate Polymers*, 173, 392–402. <https://doi.org/10.1016/J.CARBPOL.2017.06.007>
- García-Vera, V. E., Tenza-Abril, A. J., Solak, A. M., & Lanzón, M. (2020). Calcium hydroxide nanoparticles coatings applied on cultural heritage materials: Their influence on physical characteristics of earthen plasters. *Applied Surface Science*, 504. <https://doi.org/10.1016/J.APSUSC.2019.144195>
- Getaneh, S. A., Temam, A. G., Nwanya, A. C., Ejikeme, P. M., & Ezema, F. I. (2023). Advances in bioinspired superhydrophobic surface materials: A review on preparation, characterization and applications. *Hybrid Advances*, 3. <https://doi.org/10.1016/J.HYBADV.2023.100077>
- Glier, A., & Sheer, R. (2020). Uso de polímeros en revestimientos hidrofóbicos y autolimpiantes: Revisión bibliográfica. 21, 59–74. <https://doi.org/10.37779/nt.v21i2.3481>
- González, J. (2019). La repelencia al desnudo. *APTT*. <https://aptpperu.com/la-repelencia-al-desnudo/>
- Guaña, F., Vaca, M., & Aguilar, J. (2022). Biopelículas y envases activos, nuevas tecnologías en la industria alimentaria Biofilms and active packaging, new technologies in the alimentary industry. 3, 18–32.
- Herrera-Muñoz, D. (2018). Historia de las ceras y sus aplicaciones. In *Siwax*. <http://siwaxgroup.com/wp-content/uploads/2018/07/historia-de-las-ceras-y-sus-aplicaciones.pdf>
- Huang, Z., Yong, Q., & Xie, Z. H. (2023). Stearic acid modified porous nickel-based coating on magnesium alloy AZ31 for high superhydrophobicity and corrosion resistance. *Corrosion Communications*, 10, 38–47. <https://doi.org/10.1016/J.CORCOM.2022.09.002>
- Jiah. (2023). La ciencia de repeler el agua: explorando el fascinante mundo de las superficies hidrofóbicas. *Solve for Tomorrow*. <https://solvefortomorrow.com/la-ciencia-de-repeler-el-agua-explorando-el-fascinante-mundo-de-las-superficies-hidrofobicas/>
- Kim, J. K., & Varenberg, M. (2017). Biomimetic wall-shaped adhesive microstructure for shear-induced attachment: The effects of pulling angle and preliminary displacement. *Journal of the Royal Society Interface*, 14(137). <https://doi.org/10.1098/rsif.2017.0832>
- Koirala, P., Nirmal, N. P., Woraprayote, W., Visessanguan, W., Bhandari, Y., Karim, N. U., Nor-Khaizura, M. A. R., & Saricaoglu, F. T. (2023). Nano-engineered edible films and coatings for seafood products. *Food Packaging and Shelf Life*, 38(July). <https://doi.org/10.1016/j.fpsl.2023.101135>

- Lanzón, M., Martínez, E., Mestre, M., & Madrid, J. A. (2017). Use of zinc stearate to produce highly-hydrophobic adobe materials with extended durability to water and acid-rain. *Construction and Building Materials*, 139, 114–122. <https://doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2017.02.055>
- Li, H., Yang, J., Li, P., Lan, T., & Peng, L. (2017). A facile method for preparation superhydrophobic paper with enhanced physical strength and moisture-proofing property. *Carbohydrate Polymers*, 160, 9–17. <https://doi.org/10.1016/j.carbpol.2016.12.018>
- Lillini, G., Pasquali, R., Pedemonte, C., Bregni, C., & Lavaselli, S. (2016). Estudio de la estabilidad de emulsiones con estructuras líquido-cristalinas, y su aplicación farmacéutica mediante el agregado de un principio activo liposoluble: Econazol. *Rev. Colomb. Ciencias Quím. Farm.*, 45(1), 5–20. <https://doi.org/10.15446/RCCQUIFA.V45N1.58011>
- López-Cordoba, A. (2017). Application of Nano Coatings on paper. *CDTI*, 1–3.
- Martín-Vázquez, P. E., González-González, V. Á., Garza-Navarro, M. A., & Torres-Castro, A. (2021). Synthesis of hydrophobic fluorinated coating by further addition of isocyanate and amine groups to urethane bond. *Ingenierías*, 24(90), 13–26. <https://doi.org/10.29105/ingenierias24.90-11>
- Molina, P., Silva, M., & Valle, L. (2017). Estudio preliminar de compatibilizantes en mezclas
- Preliminary study of compatibilizers in PLA-achira (Canna edulis) starch blends. *Cumbres*, 3(1), 33–40.
- Murillo, E. (2016). Vista de Influencia de la proporción de ácido esteárico en las propiedades de almidón modificado con ácido esteárico. 17–28. <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/respuestas/article/view/816/1682>
- Naucin-Azogue, J. S., & Sailema-Moyolema, J. V. (2022). Efecto de un recubrimiento comestible a base de proteína concentrada de lactosuero y cera de carnauba para la conservación de la claudia (Pronus domestica). [Ecuador : Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)]. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/8735>
- ONUDI. (2018). Recomendaciones para el desarrollo de Estudios de estabilidad de productos cosméticos. In Programa de Calidad para el Sector Cosmético (Safe+). [https://www.unido.org/sites/default/files/files/2019-02/ONUDI\\_Guía de Estabilidad\\_FINAL \(003\).pdf](https://www.unido.org/sites/default/files/files/2019-02/ONUDI_Guía de Estabilidad_FINAL (003).pdf)
- Osiro, D., Franco, R. W. A., & Colnago, L. A. (2011). Spectroscopic characterization of the exopolysaccharide of Xanthomonas axonopodis pv. citri in Cu<sup>2+</sup> resistance mechanism. *Journal of the Brazilian Chemical Society*, 22(7), 1339–1345. <https://doi.org/10.1590/S0103-50532011000700020>
- Parsaie, A., Tamsilian, Y., Pordanjani, M. R., Abadshapoori, A. K., & McKay, G. (2021). Novel approach for rapid oil/water separation through superhydrophobic/ superoleophilic zinc stearate coated polyurethane sponges. *Colloids and Surfaces A: Physicochemical and Engineering Aspects*, 618(February). <https://doi.org/10.1016/j.colsurfa.2021.126395>
- Parvate, S., Dixit, P., & Chattopadhyay, S. (2020). Superhydrophobic Surfaces: Insights from Theory and Experiment. *Journal of Physical Chemistry B*, 124(8), 10–25. <https://doi.org/10.1021/acs.jpcc.9b08567>
- Piorkowski, D. T., & McClements, D. J. (2014). Beverage emulsions: Recent developments in formulation, production, and applications. *Food Hydrocolloids*, 42, 5–41. <https://doi.org/10.1016/J.FOODHYD.2013.07.009>
- Quiroga, G. A. R., Redondo, F. L., Ninago, M. D., Ciolino, A. E., Villar, M. A., & Santillán, M. J. (2018). Fabrication of bioglass/poly(-caprolactone) composite coatings obtained by co-electrophoretic deposition on stainless steel. *Revista Materia*, 23(2). <https://doi.org/10.1590/S1517-707620180002.0431>
- Ramírez-Nieto, N., Baena, Y., & Osorio, C. (2019). Caracterización Físicoquímica de Emulsiones Aceite/Agua a partir de Uchuva (Physalis peruviana) como Ingrediente para la Industria Alimenticia. *Información Tecnológica*, 30(3), 147–156. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000300147>
- Rizzo, M. de M. (2008). Caracterização físico-química de materiais de esculturas de cera do Museu Alpino [Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da Universidade de São Paulo]. <https://doi.org/10.11606/D.46.2008.TDE-10062008-150929>
- Roy Choudhury, S., Mandal, A., Chakravorty, D., Gopal, M., & Goswami, A. (2013). Evaluation of physicochemical properties, and antimicrobial eZicacy of monoclinic sulfur-nanocolloid. *Journal of Nanoparticle Research*, 15(4). <https://doi.org/10.1007/s11051-013-1491-y>
- Roy, P., Kisslinger, R., Farsinezhad, S., Mahdi, N., Bhatnagar, A., Hosseini, A., Bu, L., Hua, W., Wiltshire, B. D., Eisenhawer, A., Kar, P., & Shankar, K. (2018). All-solution processed, scalable superhydrophobic coatings on stainless steel surfaces based on functionalized discrete titania nanotubes. *Chemical Engineering Journal*, 351(April), 482–489. <https://doi.org/10.1016/j.cej.2018.06.105>
- Santos, A. de A. dos, Matos, L. C., Mendonça, M. C., Lago, R. C. do, Muguét, M. C. dos S., Damásio, R. A. P., Ponzeccchi, A., Soares, J. R., Sanadi, A. R., & Tonoli, G. H. D. (2023). Evaluation of paper coated with cationic starch and carnauba wax mixtures regarding barrier properties. *Industrial Crops and Products*, 203(July). <https://doi.org/10.1016/j.indcrop.2023.117177>
- Santos, J., Calero, N., & Muñoz, J. (2016). Optimization of a green emulsion stability by tuning homogenization rate. *RSC Advances*, 6(62), 57563–57568. <https://doi.org/10.1039/C6RA10207G>
- Si, Y., Dong, Z., & Jiang, L. (2018). Bioinspired Designs of Superhydrophobic and Superhydrophilic
- Materials. *ACS Central Science*, 4(9), 1102–1112. <https://doi.org/10.1021/acscentsci.8b00504>
- Silva, M., Encalada, K., & Valle, V. (2017). Estudio de la Cera Carnauba como Compatibilizante en Mezclas Poli (ácido láctico)-Almidón de Achira (Canna edulis). *Revista Politécnica*, 39(1), 13–18.
- Wang, X., Chen, K., Liu, Y., He, R., & Wang, Q. (2023). Preparation and application of biodegradable and superhydrophobic polylactic acid/carnauba wax coating. *Progress in Organic Coatings*, 177(December 2022), 107434. <https://doi.org/10.1016/j.porgcoat.2023.107434>
- Zhu, J., Liu, B., Li, L., Zeng, Z., Zhao, W., Wang, G., & Guan, X. (2016). Simple and Green Fabrication of a Superhydrophobic Surface by One-Step Immersion for Continuous Oil/Water Separation. *Journal of Physical Chemistry A*, 120(28), 5617–5623. <https://doi.org/10.1021/acs.jpca.6b06146>

## MODELOS DE GESTIÓN PARA OPTIMIZAR LAS EMPRESAS FAMILIARES: ALCANCE TEÓRICO

### MANAGEMENT MODELS TO OPTIMIZE FAMILY BUSINESSES: THEORETICAL SCOPE

***Enith López Franco, Johanna Tutiven Campos, Nelier López Franco, Freddy Cortez Bailón***

*<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil*

*<sup>2</sup>Instituto Superior Tecnológico Guayaquil*

### Resumen

Las empresas familiares en diversas partes del mundo enfrentan nuevos retos que demandan nuevos modelos de gestión, gobierno, sucesión, del manejo del recursos humanos y profesionalización de los cargos jerárquicos y que estos sean diferentes a los tradicionales, ya que estos han dejado de ser los más apropiados y eficaces. Cambios en aspectos sociales, culturales, demográficos y tecnológicos están generando una perspectiva alterada tanto en la empresa familiar como en sus miembros, incluyendo a las mujeres, quienes gradualmente asumen roles de liderazgo. Un dato relevante proveniente de este exhaustivo estudio académico muestra quesolamente el 34% de las empresas familiares en Ecuador están lideradas por mujeres. En comparación, la Encuesta Global de Empresas Familiares STEP 2019 indica que solo el 18% de los encuestados, mayormente identificados como el principal accionista, que a menudo también desempeña el papel de CEO, eran mujeres. En los últimos años, varios estudios han examinado no solo el cambio generacional en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) a nivel mundial. Simultáneamente, se ha observado un aumento en la presencia de mujeres en roles directivos, una tendencia que también se refleja en las empresas familiares. A pesar de ello, estas últimas no están adaptándose tan rápidamente a las demandas contemporáneas en términos de igualdad de género y oportunidades. Las dificultades a las que se enfrentan las familias empresarias van más allá de la planificación patrimonial, las inversiones sofisticadas y la optimización de los modelos de negocios y de gestión. Quienes buscan garantizar que su legado les llegue a sus futuras generaciones deberían considerar la implementación de una dinámica familiar sólida y orientada a los nuevos modelos de gestión, que sirva como piedra angular en todas sus relaciones, tanto corporativas como familiares y personales dentro de la empresa. Además, es necesario incorporar estrategias de resolución de conflictos que aborden tensiones tanto en el ámbito empresarial como en el familiar.

**Palabras Claves:** Empresas Familiares, Modelos de Gestión, Optimización de Recursos.

## 1. Introducción

La noción de familiness, derivada de un modelo fundamentado en teorías de capacidad y recursos, postula que las empresas familiares, a través de la cultura empresarial que plantan, y a través de las cuales forjan ventajas competitivas. Este proceso implica la internalización y promoción de valores como el compromiso hacia la empresa, la generación de confianza en los clientes, y la pertinencia. Además, fortalece el espíritu emprendedor, adaptándose a aspectos administrativos como el trabajo en equipo, el empoderamiento y la agilidad en la toma de decisiones, demostrando constancia y, en ocasiones, sacrificio por el negocio.

Es importante destacar que el concepto de familiness no solo abarca los elementos mencionados, sino que también contempla el análisis de los desafíos que puedan surgir en el ámbito familiar debido a decisiones o problemas empresariales, es decir, la interacción entre los miembros de la familia en los contextos de propiedad y empresa. (Molina, 2016).

La familia empresaria se define de manera más sencilla como una propiedad significativa cuyos propietarios comparten lazos familiares. Algunos de ellos participan activamente en la organización o empresa, tomando decisiones cruciales y siempre

guiados por sus valores o principios. La transferencia exitosa del negocio a las nuevas generaciones es una tarea constante.

Una empresa familiar es aquella que pertenece a una sola familia, la cual la posee y se encarga de las actividades de gestión, control y toma de decisiones. La dinámica social se ve influenciada por los elementos de propiedad, negocio y familia.

En el trabajo doctoral de Carpio (2018) quien conceptualiza la empresa familiar como aquella que perdura en el tiempo en manos de miembros de una misma familia, dirigida por uno o varios de ellos.

Además, Carpio amplía esta perspectiva al señalar que una empresa familiar no necesariamente está limitada a una única familia, ya que podría compartirse con otra u otras, dependiendo del giro del negocio o de los vínculos familiares. Hoy en día, las empresas se encuentran ante desafíos significativos derivados de la competencia a nivel global, la introducción de nuevas tecnologías y los cambios en el entorno y la sociedad.

Estos cambios generan nuevas dificultades para los empresarios, especialmente en lo que respecta a la gestión de sus organizaciones, lo que conlleva a la formulación de nuevos paradigmas para los procesos organizacionales. En el caso específico

de las Empresas Familiares, se enfrentan a una serie de problemas y conflictos que las vuelven particularmente vulnerables, especialmente al intentar implementar un modelo de gestión adecuado.

No es sorprendente que muchas empresas familiares, como medida de control, concentren su atención en los sistemas financiero-contables solo después de que algún evento económico haya afectado o modificado su estructura financiera. Esto a menudo resulta en un descuido del control del sistema de gestión, impactando en las personas, la dirección de la empresa y los objetivos de la organización. (Sierra, 2020).

Dada la naturaleza única de las empresas familiares, es imperativo desarrollar modelos administrativos que expliquen su composición, estructura y comportamiento. Se han propuesto diversas teorías y enfoques administrativos para definir los elementos y variables asociadas al concepto de empresa familiar.

Esta diversidad de enfoques puede considerarse como un obstáculo para la consolidación de un paradigma de gestión específico para las empresas familiares, especialmente dado que es una disciplina relativamente nueva, sostiene que "la condición de ser una empresa familiar es una variable transversal que debe tenerse en cuenta

al estudiar las diferentes dimensiones de una empresa".

## Marco Referencial

Durante muchos años, se ha pasado por alto el papel de las empresas familiares en la economía. Sin embargo, en la última década, se ha observado un cambio gradual en el reconocimiento por parte de los países de la importancia de estas empresas para su desarrollo económico.

En Latinoamérica, aproximadamente el 75% de las empresas son de carácter familiar. En Ecuador 90.5% de todas las empresas registradas pertenecen a familias, desempeñando un papel crucial como impulsores del crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) y la fuerza laboral, es por ello por lo que la relevancia de identificar los factores que contribuyen a la sostenibilidad a largo plazo de las empresas familiares ha experimentado un crecimiento significativo en estos últimos años. (Armas & Maridueña, 2019).

Es crucial asegurar un gobierno efectivo tanto en la familia empresaria como en la empresa familiar para garantizar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de estas organizaciones distintivas. Las empresas familiares desempeñan un papel significativo en la economía mundial, y su prosperidad está estrechamente vinculada a la forma

en que son administradas y lideradas. Este tipo de empresas enfrenta desafíos específicos relacionados con la interacción entre la familia y el negocio, la toma de decisiones y la planificación de la sucesión. La investigación sobre el buen gobierno en las empresas familiares es esencial y está en constante desarrollo, dado que estas organizaciones constituyen una parte considerable de la economía global y confrontan desafíos particulares. (Álvarez, 2023).

La correcta administración de la interacción entre la propiedad, la familia y la empresa es esencial para asegurar el éxito a largo plazo de las empresas familiares. En este contexto, se han llevado a cabo numerosos estudios con el objetivo de comprender mejor los factores que impactan en el rendimiento y la sostenibilidad de estas empresas. El buen gobierno en las empresas familiares implica una gestión adecuada de la relación entre la propiedad, la familia y la empresa.

La dinámica familiar puede tener un impacto directo en las decisiones y estrategias empresariales. Es crucial que las empresas familiares logren un equilibrio entre los intereses y metas de la familia y los de la empresa.

## Antecedentes

### La Gestión Empresarial en Las Empresas Familiares

En el estudio desarrollado por Espinoza, Salinas, & Camino (2021) observaron que la presencia de empresas familiares es amplia en varios sectores y provincias.

No obstante, su distribución es más dispersa en términos de sectores en comparación con su ubicación geográfica. Es así como, el 26% de las empresas familiares en Guayas se dedican al comercio al por mayor y

menor, y así sucesivamente. La mayoría de estas empresas están ubicadas en Guayas y Pichincha, lo cual se relaciona con la predominancia de empresas familiares en el sector comercial, dado que Guayaquil y Quito son ciudades con una actividad comercial más intensiva que otras.

Después del sector comercial, el sector de construcción y servicios inmobiliarios ocupa un lugar destacado en ciertas provincias, incluso llegando a ser el sector con mayor concentración de empresas familiares, como es el caso de Manabí y Loja.

En relación con la contribución al valor de la producción económica según la ubicación geográfica, como se detalló previamente, se puede apreciar en la Figura 1 que la mayor aportación proviene principalmente de las provincias de Guayas y Pichincha.

Es relevante señalar que, a pesar de que Guayas cuenta con un mayor número de empresas familiares en comparación con Pichincha, el valor agregado bruto (VAB) generado por Pichincha es superior al de Guayas.

Esta disparidad podría explicarse por la predominancia de empresas comerciales en ambas provincias. No obstante, es importante destacar que, en comparación con Guayas, Pichincha exhibe una mayor presencia de empresas familiares en los sectores de actividades profesionales, científicas y técnicas, así como en las actividades de servicio, administración y apoyo.

**Figura 1: Aporte de las empresas familiares por provincias**



**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador, y Banco Central del Ecuador. (Espinoza, Salinas, & Camino, 2021)



**Figura 2: Aporte de las empresas familiares por sector**



**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador, y Banco Central del Ecuador. (Espinoza, Salinas, & Camino, 2021)

Podemos observar en Figura 2 se evidencia que la industria manufacturera es la principal contribuyente al Valor Agregado Bruto (VAB) total de la economía. No obstante, el sector con la mayor presencia de empresas familiares es el de comercio. En términos generales, los sectores que sobresalen en su contribución a la producción total en la economía son comercio, manufactura, recursos naturales, construcción y transporte. Estos sectores son especialmente destacados en términos de inversión extranjera, empresas de alto crecimiento y desarrollo.

Este hecho implica que las empresas familiares desempeñan un papel crucial en la economía.

### Desafíos Y Modelos Actuales En El Ámbito De La Empresa Familiar

En el seno de cualquier organización, surgen conflictos derivados de la coexistencia de dos elementos fundamentales: el familiar y el empresarial.

El componente familiar se caracteriza por otorgar primacía a los aspectos emocionales, mientras que el empresarial prioriza los resultados y el crecimiento de la empresa. Además, en el ámbito empresarial, la propiedad puede recaer en miembros de la familia o en individuos no vinculados por lazos familiares.

La diferencia más notable entre una empresa familiar y una corporativa radica en la manera en que toman decisiones a través de los órganos de gobierno, ya que estos ejercen influencia en todos los procesos de gestión y propiedad de la empresa (Pavón, 2018).

La propiedad, en este contexto, hace referencia a la tenencia económica y legal de la empresa familiar. Por lo general, la familia detenta la propiedad, pudiendo poseer la mayoría o la totalidad de las acciones, distribuyéndose entre diversos miembros familiares o compartiéndose con socios e inversores externos.

Cuando se hace mención del concepto de modelo de gestión administrativa, se está haciendo referencia a un conjunto de actividades y métodos diseñados para lograr los objetivos de una organización, independientemente de su naturaleza.

Un modelo de gestión facilita la ejecución eficiente de los procesos administrativos, como la planificación, organización, dirección y control, como se señala (Carpio, 2018). En otras palabras, la implementación de un modelo de gestión administrativa es esencial en una empresa para garantizar un funcionamiento organizado

mediante la aplicación de estrategias que aborden eficazmente los problemas. Las empresas familiares suelen enfrentar desafíos únicos debido a la intersección de relaciones familiares y gestión empresarial. A continuación, se presentan algunos modelos de gestión comunes para empresas familiares:

### Modelos de gestión Empresa Familiares Modelo de Gobierno Familiar

La desaparición de numerosas empresas familiares no se debe tanto a complicaciones empresariales como a conflictos dentro de la familia. A medida que la empresa crece en tamaño o diversidad, resulta crucial establecer un Consejo de Familia como instancia para la toma de decisiones sobre asuntos que afectan la relación de la familia con la empresa. A continuación, se presentan algunas sugerencias para implementar este proceso. (Davis, 2021)

Este modelo se centra en establecer estructuras y procesos para la toma de decisiones a nivel familiar. Incluye la creación de un consejo de familia para discutir temas importantes, acuerdos de gobierno familiar, y la definición de roles y responsabilidades de los miembros en el negocio.

Figura 3: Modelo de Gobierno familiar y Empresarial



La frecuencia de las reuniones puede variar, pero generalmente ocurren de dos a seis veces al año.

El objetivo principal es permitir que los miembros de la familia expresen los valores, necesidades y expectativas a largo plazo en relación con la empresa. Se aconseja que el Consejo de Familia sea diverso en generaciones y representativo de todas las ramas familiares, además de contar con un número apropiado de integrantes.

### Modelo de Gobierno Corporativo o Empresarial

Como se muestra en la figura 3, es similar al modelo de gobierno familiar, pero se enfoca en la gestión y toma de decisiones a nivel empresarial. Incluye la formación de un consejo de administración con miembros internos y externos, políticas claras, y la profesionalización de la gestión.

Figura 4: Modelo de Gobierno evolutivo



En los últimos años, se ha promovido la adopción de prácticas de gobierno corporativo mejoradas en las empresas familiares. Se ha subrayado la importancia de establecer un modelo de gobierno que se ajuste a las particularidades y dimensiones de la empresa familiar. Por consiguiente, se sugiere la implementación de un modelo evolutivo en estas empresas, que tenga como objetivo desarrollar una visión estratégica.

Esta visión estratégica no solo impulsaría el crecimiento deseado de la empresa familiar, sino que también podría facilitar el acceso a financiamientos o la

obtención de nuevos capitales, como se ilustra en la figura 4. (Deloitte, 2017)

### Modelo de Sucesión

Se centra en la transición de liderazgo de una generación a otra. Implica la planificación cuidadosa de la sucesión, el desarrollo de habilidades y la identificación de posibles líderes familiares.

La gestión empresarial, se basa a las capacidades del sucesor y la directiva, donde se presenta una forma de mejora para el emprendimiento familiar que deberá ser evaluado por la directiva

vigente. Relacionado con el entorno, se encuentra la situación que transcurre en la empresa por la cual se deberá decidir si es ineludible pasar a un proceso de traspaso por diferentes motivos, basados en la actualización y modernización de un negocio o a cambios en el mercado y por tanto permutaciones en las ideas de competir por parte del emprendimiento. El departamento de recursos humanos forma parte esencial en este proceso,

porque acogerá a los familiares y colaboradores de los prospectos que quieran entrar a la asociación familiar y a su vez será quien mantenga los perfiles actualizados de cada aspirante a un cargo o sucesor de la directiva.

Además de ser el conector de la directiva con toda la compañía y quien manejará los perfiles para cada puesto como se observa en la figura 5. (Cabanilla, Alvear, & Bravo, 2022)

**Figura 5: Factores para el plan de sucesión de la empresa familiar**

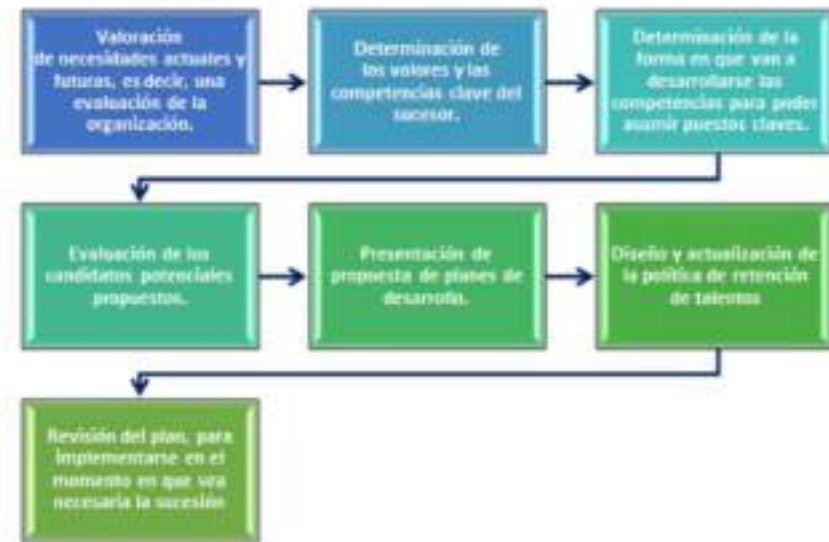


**Fuente:** Factores para el plan de sucesión (Cabanilla, Alvear, & Bravo, 2022)

Con el objetivo de reconocer posibles candidatos para ocupar roles clave dentro del emprendimiento, que abarcan desde la dirección general hasta los puestos departamentales y las juntas, la figura 6 ilustra las medidas que deben

llevarse a cabo. Esto permitirá que tanto los directivos como los familiares y los empleados tengan la oportunidad de avanzar en sus carreras dentro de la estructura de la empresa

**Figura 6: Acciones en el proceso de sucesión de la empresa familiar**



### Modelo de Protocolo Familiar

Este modelo implica la creación de un documento formal que establece las reglas y expectativas para la participación de la familia en la empresa. Puede abordar temas como la entrada de nuevos miembros, roles en la empresa y resolución de conflictos.

La elevada tasa de desaparición de empresas familiares se debe, en su mayoría, a dificultades de naturaleza familiar en lugar de empresarial. En mi hipótesis de trabajo, sostengo que el Protocolo Familiar es la herramienta de gestión más adecuada. No obstante, al explorar el estado del arte, encontré escasa literatura al respecto y con una

perspectiva distante de la gestión. Dado que uno de los mayores desafíos para la continuidad de las empresas familiares es gestionar tanto la empresa como la familia empresaria, así como los vínculos que surgen de esas relaciones, es crucial tener una comprensión conceptual clara de este instrumento.

Los sistemas sociales que respetan las normas tienden a ser más saludables y duraderos, por lo que las empresas familiares no deberían ser una excepción. Además de las tareas diarias de gestión empresarial, como decisiones relacionadas con clientes, proveedores, bancos e impuestos, en las empresas familiares surgen otras responsabilidades inherentes a la gestión del clan.

Cada familia empresarial, según su ciclo de vida, evolución familiar y características patrimoniales, debe considerar aspectos específicos de su realidad y visión compartida. Aunque algunos aspectos serán comunes a la mayoría, otros serán exclusivos de cada empresa familiar, lo que hace necesario identificarlos y valorarlos. (Bringas, 2017)

De autor antes mencionado destaca la importancia de incluir aspectos clave, como los de índole moral y legal, en el protocolo familiar. Estos incluyen motivos para establecer el protocolo, cultura y valores, su impacto en la

organización, tipología de empresa, expectativas, situaciones conflictivas, órganos de gobierno empresarial y familiar, derechos patrimoniales, y la organización en la relación familia-empresa, entre otros.

El protocolo familiar actúa como guía para la familia empresaria, permitiendo una planificación estratégica basada en acuerdos previos. En cuanto a su elaboración, es un proceso de aprendizaje que requiere la participación de los miembros de la familia, dirigidos por un consultor externo que busca consenso en temas estratégicos como sucesión, gobernanza y finanzas, entre otros aspectos destacados.

### **Modelo de Desarrollo de Talento**

Se enfoca en el desarrollo y la gestión del talento dentro de la familia. Esto incluye programas de formación, mentoría y evaluación de habilidades para asegurar que los miembros familiares estén preparados para asumir roles clave en la empresa.

Hay numerosos estudios que sostienen que el rendimiento puede fluctuar según la empresa. Algunos argumentan que las empresas familiares muestran un mejor desempeño en términos de actividad económica y ventas, ya que se centran en la calidad de sus productos con el objetivo de establecer ventajas competitivas en el mercado.

Además, estas empresas se caracterizan por una gestión de recursos humanos que carece de profesionalismo, ya que a menudo se practica el nepotismo o se brinda un trato preferencial a familiares. (Alvarez, 2018)

Se iniciaron investigaciones acerca de la implementación de recursos humanos en empresas familiares con el objetivo de garantizar su continuidad a largo plazo, ya que estas empresas presentaban problemas en su estructura debido a ser gestionadas exclusivamente por la familia, sin la intervención de profesionales en recursos humanos.

Esta falta de profesionalización en la gestión de recursos humanos generaba conflictos recurrentes. Los problemas que surgían eran típicos de empresas familiares que carecían de una función de recursos humanos adecuadamente profesionalizada.

La estructura de estas empresas ejercía un control significativo sobre diversos aspectos, como el funcionamiento general de la empresa, la gestión de empleados y la operatividad, incluyendo el sistema de recompensas, la motivación, el logro y la satisfacción, entre otros aspectos. (Hernández & Portillo, 2016)

### **Objetivos y metodología**

Las compañías familiares desempeñan un papel fundamental en el progreso

económico de una nación. Al examinar cualquier aspecto económico o social, se puede concluir que tienen una influencia significativa y una importancia distintiva.

### **Objetivo.**

Desarrollar una análisis general y teórico de las empresas familiares y los modelos de gestión para su desarrollo y evolución.

### **2. Metodología**

Para el desarrollo de la investigación se debe emplear un estudio con enfoque cualitativo. Se realiza un análisis bibliográfico, descriptivo de la importancia de las empresas familiares y los modelos de gestión para garantizar su desarrollo y evolución (Fernández, 2016).

Se realizó un análisis de estudios desarrollados para determinar la definición de empresas familiares, importancia de estas para la económicas locales, desarrollar un análisis de su crecimiento dentro Ecuador y analizar los diferentes modelos de gestión que se proponen para que estas no desaparezcan y puedan perdurar, como el modelo de sucesión, el modelo de gobierno, entre otros.

### **3. Conclusiones y Discusión Conclusiones**

La importancia de las empresas familiares en la economía ecuatoriana es significativa. En 2017, representaron el 91% del total de empresas privadas formales en la economía. Según nuestros cálculos, estas empresas contribuyen aproximadamente con el 40% al Valor Agregado Bruto (VAB) del país y emplean a más del 90% de la fuerza laboral.

Estos datos respaldan la idea de que las empresas familiares son fundamentales para la economía nacional. (Espinoza, Salinas, & Camino, 2021)

Es importante destacar que las empresas familiares en Ecuador requieren un enfoque especial, ya que enfrentan conflictos y desafíos de gestión que van más allá de consideraciones financieras.

Por lo tanto, es esencial analizar y modelar aspectos no financieros, como la riqueza socioemocional de las familias propietarias. Según la revisión de la literatura y los datos del estudio, estos factores desempeñan un papel crucial en el impulso de las empresas familiares.

Esto cobra especial relevancia en una economía en desarrollo, donde las empresas familiares son la piedra angular de la estructura productiva ecuatoriana.

## Discusión

Es esencial que los miembros posean habilidades de liderazgo para implementar la estrategia empresarial. Además, es crucial no confundir el valor o flujo de dinero con el rendimiento de capital de la empresa. Se deben establecer políticas claras tanto para el reparto de dividendos como para la reinversión.

Es importante diferenciar entre los lazos afectivos y los contractuales, asegurándose de que estos últimos sean homogéneos mediante una evaluación objetiva del desempeño individual.

La unidad familiar debe mantenerse y protegerse contra discusiones o peleas. Se debe mantener el respeto, la cordialidad y la formalidad, evitando el humor hiriente y las groserías, ya que podrían afectar el entorno familiar.

La compensación económica debe ser proporcional al esfuerzo y trabajo desarrollado, fomentando un sentido de pertenencia mutuo. Las recompensas deben ser justas, basadas en el rendimiento individual y no en la relación familiar. Establecer un protocolo de familia y normas de buen gobierno corporativo es crucial para definir políticas de crecimiento, promoción y compensación, separándolas del Gobierno familiar.

Es esencial evitar repartos anticipados de futuras utilidades, considerando los costos asociados. Un control riguroso de gastos, incluyendo el manejo adecuado de tarjetas corporativas y gastos personales, debe realizarse con base en un plan de negocios. La integración de la familia política debe basarse en méritos, formación académica y experiencia, respetando los protocolos familiares.

Las funciones y responsabilidades de los miembros deben definirse claramente, evitando tener "todólogos". Establecer horarios de trabajo, políticas internas y normas de comportamiento consensuadas es preferible.

Designar un solo director competente para administrar la empresa es crucial. Mantener juntas periódicas para evaluar resultados y resolver conflictos es fundamental.

Evitar llevar problemas personales a la empresa y fomentar relaciones mediante roles específicos es esencial. La profesionalización de los miembros, con procesos de aprendizaje y perfiles definidos, debe buscarse.

Discutir problemas familiares fuera de la empresa es clave para controlar las emociones. Establecer una política clara para la separación de un familiar de la empresa y evitar forzar la participación de un miembro en el negocio también son aspectos importantes.

Implementar una política de ventas que involucre a todos en la empresa fortalece la fuerza de ventas y la atención al cliente. Establecer un plan de sucesión a largo plazo, preparando al más apto y considerando incluso a externos al grupo familiar, es necesario. Preparar un testamento con instrucciones claras sobre la distribución de bienes ayuda a evitar problemas o conflictos por intereses particulares.



## Bibliografía

- Alvarez, A. (2018). La Importancia De La Persona En Las Empresas familiares. Universidad Pontificia Deespaña.
- Álvarez, P. (2023). Apuntes Sobre La Familia Empresaria Y La Empresa Familiar. Diario Responsable
- Armas, S., & Maridueña, M. (2019). El Nivel De Profesionalización Gerencial Y Su Incidencia En La
- Sostenibilidad En El Tiempo De Las Empresas Familiares. Revista Ciencia & Tecnología.
- Beltrán, M. I. (2018). Examining The Intermediate Role Of Employee Abilities, Motivation And
- Opportunities To Participate In The Relationship Between HR Bundles And Employee. BRQ Business Research Quarterly, 101-104.
- Berberoglu, A. (2018). Impact Of Organizational Climate On Organizational Commitment And Perceived Organizational Performance: Empirical Evidence From Public Hospitals. Springer BMC Health Services Research, 2-9.
- Bos-Nehles, A. V. (2013). Employee Perceptions Of Line Management Performance: Applying The AMO Theory To Explain The Effectiveness Of Line Managers' HRM Implementation. Human Resource Management, Vol. 52, 862-866.
- Bringas, L. (2017). El Protocolo Familiar: Una Definición Desde El Management. Pontificia
- Universidad Catolica De Argentina, Departamento De Investigación.
- Cabanilla, M., Alvear, D., & Bravo, O. (2022). En El Éxito O Fracaso Del Proceso De Sucesión En Empresas Familiares. Caso Ac-Activa S.A. Revista Universidad Y Sociedad.
- Caro, C., & Ojeda, J. (2019). Responsabilidad Social Y Clima Organizacional En La Universidad
- Autónoma De Nayarit. Universidad Autónoma De Nayarit.
- Carpio, R. E. (2018). Modelo De Gestión Administrativo Para Empresas Familiarescaso
- Carvicaucho. Pontificia Universidad Católica Del Ecuador .
- Castro, P. B. (2016). Procesos De Reclutamiento Y Las Redes Sociales/Recruitment And. RIDER Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El.
- Davis, J. (2021). Empresas Familiares. Generación A Generación Y justifican La Creación De Un Consejo De Familia. Obtenido De <https://Blog.Iese.Edu/In-Family-Business/Organos-De-Gobierno-En-La-Empresa-Familiar-El-Consejo-De-Familia/>
- Deloitte. (2017). Modelo Institucional En La Empresa Familiar. Deloitte. Espinoza, C., Salinas, A., & Camino, S. (2021). Empresas Familiares En Ecuador
2021. Policy Report. Universidad Espíritu Santo.
- Fong, R. (2017). La Teoría De Recursos Y Capacidades: Un Análisis Bibliométrico.
- Nova Scientia, N° 19 Vol. 9, 416-419.
- Gaviláñez, M. I. (2018). Impacto De La Gestión Administrativa En Las Pymes Del Ecuador.
- Revista Observatorio De La Economía Latinoamericana.
- Hernández, L., & Portillo, R. (2016). Profesionalización Empresarial De Las Empresa Familiares: Una Construcción Teórica. Universidad De La Costa.
- Hernández, S. R. (2014). Metodología De La Investigación. Mexico: Mcgraw-HILL.
- Knebel, S., & Seele, P. (2020). Introducing Public Procurement Tenders As Part Of Corporate Communications: A Typological Analysis Based On CSR
- Reporting Indicators. Corporate Communications: An International Journal.
- Maldonado, M. (2020). Reconstruir El Modelo De Desarrollo. Como Atraer Inversión Extranjera
- Directa Sin Afectar La Estabilidad Del Estado Latinoamericano. Revista Jurídicas CUC.
- Maldonado, M. I. (2020). Reconstruir El Modelo De Desarrollo. Como Atraer Inversión Extranjera
- Directa Sin Afectar La Estabilidad Del Estado Latinoamericano. Revista Jurídicas CUC, 16(1), 39-68.
- Miotto, G., Polo, M., & Rom, J. (2019). Gender Equality And Sustainable Development Goals: Priorities And Correlations In The Top Business Schools' Communication And Legitimation. Sustainability.
- Molina, P. P. (2016). Empresas De Familia: Conceptos Y Modelos Para Su Análisis. Pensamiento Y Gestión.
- Montoya, A. A. (2016). El Recurso Humano Como Elemento Fundamental Para La Gestión De Calidad Y La Competitividad Organizacional.
- Rueda, J. (2011). Factores Internos Determinantes Del Éxito En La Empresa Familiar: Un Modelo De
- Gestión Exitosa Aplicado A Las Empresas Familiares Del Sector Confecciones En. Tesis De Doctorado, Universidad Nebrija, Madrid, España.

## EFFECTIVIDAD DE LAS REGULACIONES CONTRA EL LAVADO DE ACTIVOS EN LA PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ECUADOR, 2024

### EFFECTIVENESS OF ANTI-MONEY LAUNDERING REGULATIONS IN PROMOTING SOCIAL RESPONSIBILITY IN ECUADOR, 2024

*Erika Sonia Quiñonez Alvarado, Solanda Esmeralda Sánchez Manzaba*

*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

Actualmente el Ecuador se encuentra inmerso en una guerra interna consecuencia del tráfico de drogas con un impacto social negativo, que conduce a la presencia de empresas que se crean con la finalidad de limpiar el origen de recursos propios de ese ilícito incumpliendo la normativa, surge la necesidad de saber si las normas que regulan en el país son lo suficientemente efectivas y de que manera se puede promocionar la responsabilidad social de la colectividad., existe la imperiosa necesidad de canalizar la transparencia de las actividades emprendedoras. Para esta investigación se ha revisado textos actuales del tema y además se aplicó un instrumento a 30 expertos. La revisión bibliográfica dio pautas sobre el marco macro y micro del tema planteado. En tanto, que los resultados de la encuesta permitieron establecer la relación entre las variables de estudio usando estadística inferencia desde Excel. Al final se concluyó que existe relación entre las variables y los referentes escogidos aciertan también en el mismo resultado.

**Palabras clave:** Cumplimiento normativo, efectividad de las regulaciones, impacto social, transparencia, responsabilidad social.

#### Abstract

Ecuador is currently immersed in an internal war as a consequence of drug trafficking with a negative social impact, which leads to the presence of companies that are created in order to clean up the origin of that illicit's own resources by breaking regulations, The need arises to know if the norms that regulate in the country are effective enough and in what way the social responsibility of the community can be promoted. There is an urgent need to channel the transparency of entrepreneurial activities. For this research, current texts on the subject have been reviewed and an instrument has also been applied to 30 experts. The bibliographic review gave guidelines on the macro and micro framework of the topic raised. Meanwhile, the survey results allowed establishing the relationship between the study variables using inference statistics from Excel. At the end it was concluded that there is a relationship between the variables and the chosen referents, they are also correct in the same result.

**Keywords:** Regulatory compliance, effectiveness of regulations, social impact, transparency, social responsibility.

## 6. Introducción

Con base en lo publicado en el portal web de la Unidad de Análisis Financiero y Económico (UAFE) Los sujetos obligados a informar sobre transacciones inusuales dentro de una organización pueden ser un comité conformado por (i) representante legal; (ii) auditor interno; (iii) oficial de cumplimiento; (iv) abogado de la organización que informa. Esta comisión netamente interna de una entidad es quien tiene la responsabilidad de reportar transacciones inusuales realizadas dentro de la empresa a la que pertenecen. (Unidad de Análisis Financiero y Económico, 2024).

En auditoría el principio de la independencia implica que los encargados de informar deben estar libres de sesgos y conflictos de interés para garantizar que los hallazgos y las conclusiones se fundamenten únicamente y sin dudas en evidencias. (MOORE España, 2024)

Resulta entonces correcto que se podría considerar que ¿existe una real imparcialidad en lo que reportan? o ¿se encuentran autónomos de algún interés personal? Es aquí donde entra la responsabilidad social (RS) definida como “el compromiso que tienen las personas o como miembros de una grupo u organización en beneficio de la sociedad, esto uniendo aspectos económicos, de medio ambiente,

de la relación de las personas todo este conjunto bajo un marco de gobernabilidad” (Grupo Cotemar, 2019)

Es decir, la cultura ética de responder ante la comunidad por sus acciones. Entonces se puede considerar que el número de veedores es limitado, ese alcance debe llegar a la comunidad en general previa campañas de preparación y concientización que los habilite con capacidades necesarias para informar sobre actividades que se consideren sospechosas dentro de las organizaciones que son parte de la comunidad a la que pertenecen y que en definitiva afectan a toda la colectividad.

De acuerdo con (Yepez & Peñaherrera, 2024) en su tesis denominada Impacto de la resolución No.UAFE-DG 2022-0130 de la UAFE en el desempeño de los profesionales de contabilidad y auditoría de la ciudad de Quito, estudió como afecta esta regulación al desempeño profesional, pero no solo eso, los autores seleccionaron una muestra de 154 contadores de la capital, a quienes le aplicaron un instrumento con 28 ítems, además hacen una revisión de las normativas y detallan las leyes y tipos de sanciones que afectan a los profesionales y las identifican:

- Código orgánico integral penal, COIP resalta como la abstención de informar se sanciona aplicando el artículo 318, 319 y 369, con pena privativa de la

libertad que puede ir de seis meses a un año por omisión de información, de un año a tres años por falsificación, y de siete a 10 años por la implicación;

- Código orgánico monetario y financiero, COMYF prevé en los artículos 18, 19 y 243 sanciones monetarias por el reporte tardío que tiene un rango desde 21 a 30 salarios básicos unificados y medidas cautelares de suspensión temporal de 12 meses y hasta cancelación definitiva de funcionamiento;

- Ley de prevención de lavado de activos y del financiamiento de delitos, establece artículo 17 sanción monetaria de diez a veinte salarios básicos unificados por errores en los reportes. Esta investigación además presenta una correlación positiva entre dos variables la resolución y el desempeño profesional, mediante una prueba de hipótesis R que arrojó un resultado de 0.625 cercano a la unidad.

Este trabajo también explica que los profesionales consulados tratan en lo posible de sustentar los registros reportados a la UAFE y su ética en el desempeño de sus actividades no son probadas por este ente rector. De acuerdo con la (UAFE 5, 2024) están obligados a informar:

- 1) Filiales extranjeras bajo control de las instituciones del Sistema Financiero Nacional

- 2) Bolsas y Casas de Valores.

- 3) Administradoras de Fondos y Fideicomisos.

- 4) Fundaciones y organismos no gubernamentales (OSFL).

- 5) Personas naturales y jurídicas que se dediquen en forma habitual a la comercialización de vehículos, embarcaciones, naves y aeronaves.

- 6) Empresas dedicadas al servicio de transferencia nacional e internacional de dinero o valores, transporte nacional e internacional de dinero, encomiendas o paquetes postales, correos y correos paralelos, incluyendo sus operadores, agentes y agencias.

- 7) Agencias de turismo y operadores turísticos.

- 8) Personas naturales y jurídicas que se dediquen en forma habitual a la inversión e intermediación inmobiliaria y a la construcción.

- 9) Hipódromos.

- 10) Montes de Piedad y las casas de empeño.

- 11) Negociadores de joyas, metales y piedras preciosas.

- 12)** Comerciantes de antigüedades y obras de arte.
- 13)** Promotores artísticos y organizadores de rifas.
- 14)** Registradores de la propiedad y mercantiles.
- 15)** Partidos y organizaciones políticas.
- 16)** Transportadoras de valores.
- 17)** Abogados.
- 18)** Contadores.
- 19)** Compañías y Empresas que prestan el servicio de FACTORING
- 20)** Clubes u Organizaciones dedicadas al fútbol profesional, Series A y B
- 21)** Jueces del sistema judicial
- 22)** Fiscales
- 23)** Personal que forme parte de la cúpula militar y policial en servicio activo y pasivo
- 24)** Directores de los centros de rehabilitación social y guías con rango de jefaturas
- 25)** Gerentes y directores de las aduanas, aeropuertos y puertos públicos y privados
- 26)** Asambleístas
- 27)** Notarías
- Estas además de las instituciones del sistema financiero y de seguros que aparecen en primera línea, por su carácter de realizar operaciones masivas que alcanzan a una gran cantidad de la población.
- Se debe considerar que los sujetos descritos en el numeral 21 hoy en día se encuentran bajo revisión constante por las anomalías detectadas durante la ejecución de procesos en los últimos años de forma dudosa y con indicios de fraude.
- Así también los del numeral 26 específicamente caso Muentes, donde se han detectado activos cuyo origen no han sido lo suficientemente sustentados. El constante descubrimiento de contaminación en contenedores en que se ven inmersos los sujetos del numeral 25-
- Y si se analiza cada uno de la población obligada a informar se podría determinar que también pueden estar inmersas en una causa de revisión. Existe coincidencia en que los filtros para identificar la ética de los que comunican a la UAFE deben ser probada, Las preguntas que resultan al revisar este listado son: ¿si el alcance de revisión es suficiente?, ¿qué sucede con negocios de mas pequeños?, ¿están

ellos exentos de incurrir en el lavado de activos?, ¿son los informantes calificados suficientes para cubrir este entorno? ¿Cómo la UAFE prueba la ética de los informantes? Se debe enfatizar que este ilícito alcanza y afecta a toda la colectividad, es necesario hacer análisis de la situación desde muchas dimensiones midiendo tantos indicadores como se pueda.

Considerando este preámbulo, el principal objetivo de esta ponencia

es identificar la efectividad de las regulaciones ecuatorianas existentes en materia de lavado de activos para coadyuvar a la responsabilidad social de la comunidad, se determinan como variables de estudio: la efectividad de las regulaciones contra el lavado de activos y por otro lado la promoción de la responsabilidad social. Ambos factores se han descompuesto en varias dimensiones, para este evento se discutirán solo dos que a continuación se desarrolla brevemente.

**Tabla 38 Operacionalización de las variables**

| Objetivo                                                                                                                                                                                        | Variables                                                   | Dimensiones (2)                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Identificar la efectividad de las regulaciones ecuatorianas existentes en materia de lavado de activos para coadyuvar a la responsabilidad social de la comunidad: Zona 8 de Guayaquil año 2024 | Efectividad de las regulaciones contra el lavado de activos | 1. Cumplimiento normativo<br>2. Impacto en la transparencia                 |
|                                                                                                                                                                                                 | Promoción de la responsabilidad social                      | 1. Programas de sensibilización<br>2. Proyectos Integración de la comunidad |

#### **Efectividad de las regulaciones contra el lavado de activos:**

La regulación o normativa es la acción y efecto de regular mediante el establecimiento de normativas en un ámbito específico para controlar, mantener orden y garantizar derechos de una sociedad. Estas son competencia del estado con el fin de evitar el cometimiento de un ilícito , resulta por tanto que las entidades de

control deben imponer medidas para garantizar un adecuado aseguramiento del cumplimiento de estas de manera integral. (Definición.de, 2024)

Ecuador se encuentra entre los países en fase de cumplimiento frente al lavado de activos, terrorismo y su financiamiento, esto ante la vulnerabilidad de estar dolarizado y con países vecinos con altos índices de producción de estupefacientes, sumado

a su estratégica situación geográfica. La labor constante de las autoridades se ve ensombrecida para combatir este contexto. Es imperativo, identificar los riesgos de manera holística para tomar medidas preventivas. (Vergara, Egas, Cifuentes, & Troya, 2019) Del fortalecimiento de los entes de control depende el nivel de conocimiento, difusión y concientización sobre las normativas vigentes impartido a la comunidad a través de campañas informativas y de sensibilización.

Como aseveró Sir Francis Bacon El conocimiento es poder. Y en este caso se debe involucrar a los ciudadanos para contribuir a detectar, transparentar y visibilizar actividades ilícitas en pro del cumplimiento normativo.

El impacto en la transparencia hace referencia a indagar en las regulaciones para detectar vacíos, en este punto se puede sistematizar como problemática ¿Qué tan efectivas son las regulaciones vigentes para prevenir el lavado de activos? La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SuperCias), ha emitido varias resoluciones para controlar, prevenir el lavado de activos, financiamiento del terrorismo y otros delitos, estas normativas van enfocadas a un mejor entendimiento del riesgo. Sin embargo, estas resoluciones están dirigidas para un oficial de cumplimiento quien es una persona con un perfil que paso por

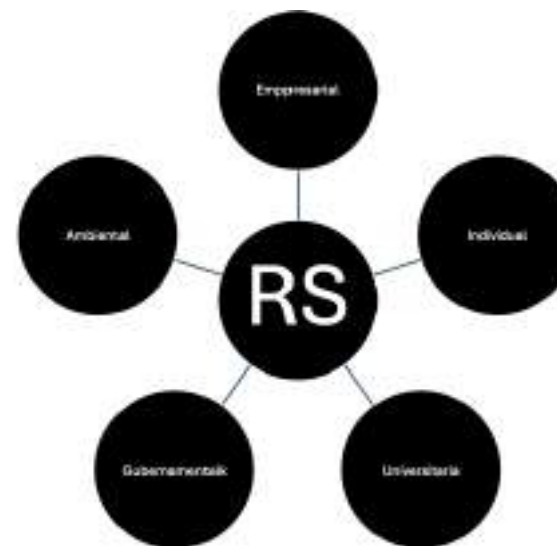
un proceso de calificación. (EY Building a better working world, 2022) Si la problemática afecta a toda una nación, las medidas que se llevan a la práctica en esta materia deben ser conducentes a un mejor entendimiento por parte de la colectividad en general, esto es una forma de involucrar a un amplio y mayor número de veedores y así abarcar a mas sectores que tanta falta hace hoy en día La responsabilidad social tiene como fin concientizar que cada acción genera una consecuencia y coadyuva a la ética dirigida al bien común y la sostenibilidad de la colectividad- (MARCALIMA,2024)

De acuerdo con (Consortium Legal, 2024) la responsabilidad social constituye un aliado poderoso para mitigar el delito del lavado de activos, encauzado en el compromiso revestido de medidas éticas comprometidas con el desarrollo sostenible que abarcan la inclusión de protocolos en los manuales del sistema de prevención del lavado de activos. El compromiso continuo del cumplimiento normativo tiene relación con la RS, ya que promueve la integridad que da como resultado beneficios tangibles como la credibilidad, la disminución de sanciones por incumplimiento. Oportunidades que se valoran y mejoran la moral y el compromiso de la colectividad.

Es así, que la RS además de representar a la ética es también una estrategia efectiva en la lucha contra el lavado de activos que contribuye a la sostenibilidad

## Promoción de la responsabilidad social (RS)

**Fig. 5 Tipos de Responsabilidad social, se involucra al ser humano y diversos entornos que confluyen en la ética. (MARCALIMA, 2024)**



y al bienestar de la comunidad. Se deben desarrollar programas de concientización fundamentados en el marco jurídico que regula en el Ecuador sobre esta materia considerando la integración de compromisos éticos que involucren a toda la comunidad que en definitivas son quienes están afectados íntegramente en la actualidad por el resultado de este ilícito.

Promover mediante proyectos de impacto social la participación de la comunidad contribuye no solo al

bienestar, sino que además fortalece el sentido de pertenencia y compromiso de la colectividad.

Las organizaciones públicas y privadas deben contribuir de manera aunada para que estos funcionen de manera efectiva, las primeras ofreciendo facilidades y las segundas con patrocinios, donaciones o voluntariado. Se debe tener presente que esta implicación contribuye a fortalecer el entorno de la sociedad y se apunta hacia la transparencia y la comunicación en la gestión ética para



el cumplimiento normativo. (EREINN consultoría y formación, 2024) El lograr este fortalecimiento integrando a todos los componentes del país llevara a tener mejores resultados, haciendo presente la frase de Generación 12 Unidos somos más fuertes.

## 7. Metodología

El método usado es cuantitativo, se usa una encuesta a contadores en ejercicio profesional con más de tres años de experiencia. La recolección de datos se realiza a través del cuestionario. El diseño es descriptivo, transversal y correlacional, se busca determinar la relación entre las variables de estudio y obtener una visión actual de las practicas

vigentes en la normativa La técnica empleada es el análisis documental y estadística inferencial usando las aplicaciones de Excel para establecer la relación de las variables de estudio.

La población de estudios era en total de 50 sujetos a quienes se los contacto mediante medios y plataformas digitales, todos profesionales que cumplen con el perfil de oficiales de cumplimiento y con experiencia mínimo de tres años, se recolectó respuesta de 30 sujetos, la ubicación geográfica de los contactados es dentro de la ciudad de Guayaquil, la recolección de datos se realizó en el mes de septiembre del 2024.

**Fig. 6 Cuadro del Perfil de los Oficiales de Cumplimiento (UAFE 2, 2024); (UAFE 3, 2024); (Lideres APLA, 2024)**

| Profesión requerida                                                      | Características                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Sanciones                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Título universitario de al menos tercer nivel inscrito en la Senescyt | 2. Funcionario de nivel gerencial<br>3. Responsable de verificar la aplicación de la normativa para prevenir lavado de activos y financiamiento del terrorismo<br>4. Registrado ante la UAFE<br>5. No tener antecedentes penales<br>6. Presentar certificados de homónimos y de personas con sentencia condenatoria | 1. Sanciones administrativas o multas si no cumple con la normativa de la UAFE<br>2. Pérdida de la calificación para operar como oficial de cumplimiento<br>3. Las entidades pueden ser sancionadas si no registran a un oficial de cumplimiento o si su oficial no cumple los requisitos |

El instrumento contiene 10 ítems ya validados y debidamente acreditados en este ensayo (Ver figura 5), para medir las variables, se construyó con preguntas abiertas y de escala, está dividido en 3 secciones: **1)** datos de identificación; **2)** cuestionamientos inherentes a la primera variable; y, **3)** cuestionamientos relativos a la segunda variable. Este cuestionario se aplicó en línea usando la aplicación de Google forms.

## 8. Resultados

El estudio se hace con personas claves con conocimientos y experiencia en el área de estudio y que cumplen con los requerimientos de la resolución de la UAFE-DG-2022-0130 del 08 de abril del 2022, donde se establece que estos están obligados a informar mediante el reporte de operaciones sospechosas (ROS) operaciones inusuales con sus debidos sustentos, mediante el uso del SISLAFI siglas que significan: Sistema para la prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo. (UAFE 4, 2022) Esta muestra de estudio tiene experiencia en el campo en el rango de entre tres hasta 40 años por los que sus opiniones son útiles para este ensayo.

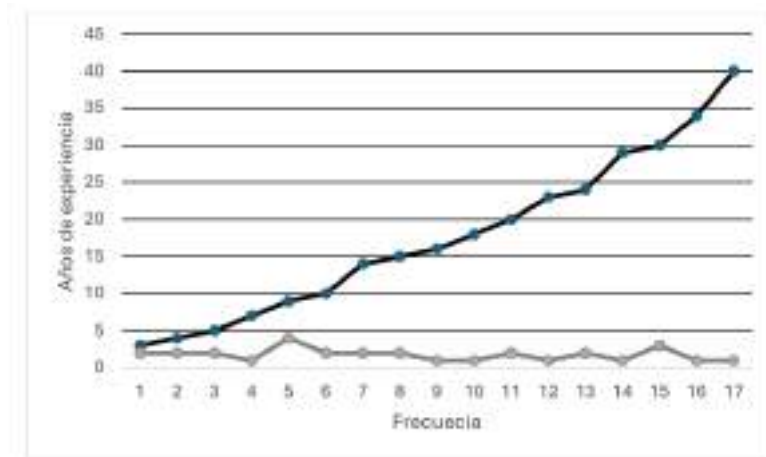
Para caracterizar a la muestra de especialistas se aplica la formula de rango  $R = \text{Máxx} - \text{Mínx}$  siguiendo el procedimiento se ordenaron los datos de menor a mayor, reemplazando la ecuación el resultado es  $R=37$  muestra

esta variación. Se calcula también el promedio de experiencia por medio de la media que es igual a 16.1 años, mientras el punto medio o mediana de este grupo de datos es de 15 años; el tiempo de experiencia que presenta mayor frecuencia (moda) es 9 años.

**Tabla 39 Caracterización de los expertos**

| Años de experiencia | Frecuencia (Fx) |
|---------------------|-----------------|
| 3                   | 2               |
| 4                   | 2               |
| 5                   | 2               |
| 7                   | 1               |
| 9                   | 4               |
| 10                  | 2               |
| 14                  | 2               |
| 15                  | 2               |
| 16                  | 1               |
| 18                  | 1               |
| 20                  | 2               |
| 23                  | 1               |
| 24                  | 2               |
| 29                  | 1               |
| 30                  | 3               |
| 34                  | 1               |
| 40                  | 1               |
| <b>Total</b>        | <b>30</b>       |

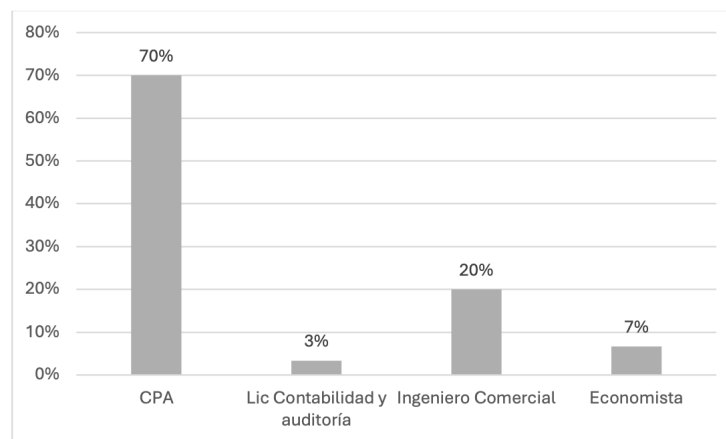
**Fig. 7 Años de experiencia, los datos reflejan en tiempo desde 3 hasta 40 años, de los datos recogidos en la encuesta a profesionales.**



En consonancia, su percepción del tema es claramente sustancial para este estudio, con una media de experiencia de 16.1 y una moda de 9, se desempeñan

en el campo de auditoría y contaduría. Es necesario mostrar el contexto de estos 30 profesionales:

**Fig. 8 Perfil profesional de los encuestados, de acuerdo con datos de la encuesta.**



En tanto a resultados del estudio para este congreso se presenta la correlación entre las dos:

**variables V1:** Promoción de la RS y **V2:** Efectividad de las Regulaciones del Lavado de Activos. Se han usado los datos de la encuesta los cuales han sido tratados para asegurar la normalidad de estos para aplicar la estadística inferencial que proporciona la aplicación de Excel de Pearson. Considerando que el instrumento esta dividido en dos secciones una para cada variable, lo que permitió calcular el valor de

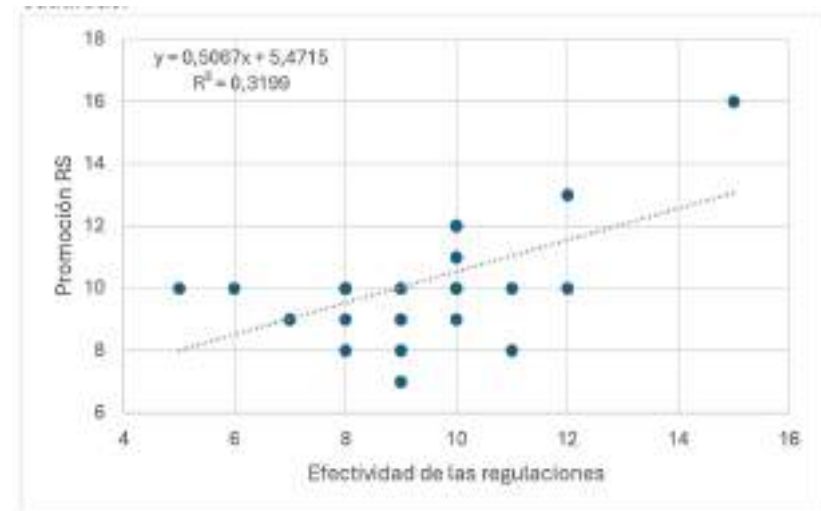
cada una de ellas mediante la suma de los correspondientes resultados. La hipótesis general bivariada que se intenta probar es la relación de la VI vs VD, se plantea entonces:

$H_0$ = Hay relación entre la V1 vs V2

$H_1$ = No hay relación entre V1 vs V2

En el eje de la Y se presenta la variable independiente y en el X los resultados de la dependiente, mediante un gráfico de dispersión se muestra también la línea de tendencia, la ecuación y el R cuadrado.

**Fig. 9 Gráfico de dispersión de las dos variables de estudio, estructurado con los datos de la encuesta.**



Se evidencia cierta relación lineal positiva, con un coeficiente de determinación (R2) de 0.3199 positivo que demuestra una correspondencia directa. En tanto, el coeficiente de correlación usando la función COEF. DE.CORREL. de Excel arroja un índice

de 0.56067, si bien su cercanía a la unidad no es tan marcada existe una proximidad a considerar y estudiar, en función de cada una de las dimensiones consideradas en un estudio posterior. La representación de este resultado se evidencia a continuación:

**Tabla 40 Resultados correlación de las variables**

|                  | <i>Columna 1</i> | <i>Columna 2</i> |
|------------------|------------------|------------------|
| <i>Columna 1</i> | 1                |                  |
| <i>Columna 2</i> | 0.56560082       | 1                |

Con este resultado se puede confirmar que la hipótesis general planteada se cumple, existe una relación lineal directa entre la promoción de la responsabilidad social y la efectividad de las regulaciones sobre lavado de activos, su implicación no es tan alta como se esperaba, pero se propone analizar en futuros estudios las dimensiones en hipótesis específicas y de ser el caso revisar el cuadro de operacionalización y aumentar indicadores de medición (ver tabla uno).

Habrà que considerar también las preguntas abiertas de cada variable que incluye el instrumento para profundizar en núcleos importantes y establecer categorías a considerar o descartar y ver sus relaciones y coincidencias.

## 9. Conclusiones

Habiendo planteado como objetivo general identificar la efectividad de las regulaciones ecuatorianas existentes en materia de lavado de activos para coadyuvar a la responsabilidad social de la comunidad Desde el punto de vista de los aportes referidos no existe un esfuerzo suficiente por los entes de control a pesar de la relación favorable entre el deber y la regulación, el impacto no es significativo y las expectativas no son positivas (HoZman, Okeniyi, & Sunday, 2024)

Por otra parte sostenían que el comportamiento de la comunidad se rige por la codicia contribuyendo en lugar de apalea el delito a fomentarlo,

en tiempos donde los entes de control lucha contra el delito y requieren colaboración (Vergara, Egas, Cifuentes, & Troya, 2019).

Se sanciona a los informantes por la omisión, falsificación, implicación y presentación tardía de los reportes, lo que incide en que estos traten en la medida de sus conocimientos justificar todas las operaciones de las empresas en las que laboran, de acuerdo con la bibliografía no existen actividades para probar la ética de los que tienen la misión de comunicar.

El alcance de supervisión en la actualidad resulta limitado como también los individuos que deben reportar, sin embargo la forma de reportar requiere de un criterio perfilado donde no toda la comunidad puede encajar, se debería hacer mas accesible los medios de comunicación para ampliar el ámbito de cobertura de los controles del lavado de activos y operaciones sospechosas.

Por último, desde la perspectiva de los expertos consultados, estos perciben que los procesos de informar deben ser menos complejos, mas claros, acompañados de programas de denuncias anónimas.

Además, a través de los resultados se consolida que existe relación entre las variables de estudio mediante la inferencia estadística. Surgen

entonces nuevos cuestionamientos como: ¿Qué se debería considerar para proteger al profesional contador que se encuentra inmerso en una situación de transacciones inusuales que debe reportar?; ante la crisis económica y social de país.

¿Cómo se puede integrar a la comunidad para reportar actividades comerciales atípicas percibidas por ellos?; considerando la proliferación del delito ¿Cuál sería el nivel óptimo de alcance de revisión de entidades? Interrogantes que dan apertura a nuevos temas a ser investigados.

## 10. Referencias

- Consortium Legal. (02 de Mayo de 2024). <https://consortiumlegal.com/>. (L. Murcia, & N. Guevara, Editores) Obtenido de <https://consortiumlegal.com/2024/05/02/el-papel-transformador-de-la-rse-en-la-lucha-contra-el-lavado-de-dinero-y-activos/>
- Definición.de. (12 de Octubre de 2024). <https://definicion.de/>. Obtenido de <https://definicion.de/regulacion/>
- EREINN consultoría y formación. (2024). <https://ereinn.com/>. Obtenido de <https://ereinn.com/responsabilidad-social-en-la-comunidad-estrategias-para-empresas-bizkainas/>
- EY Building a better working world. (8 de Julio de 2022). <https://www.ey.com/>. Obtenido de [https://www.ey.com/es\\_ec/tax/tax-alerts-ecuador/normas-para-el-control-y-prevencion-del-lavado-de-activos--finan](https://www.ey.com/es_ec/tax/tax-alerts-ecuador/normas-para-el-control-y-prevencion-del-lavado-de-activos--finan)
- Grupo Cotemar . (30 de Octubre de 2019). <https://responsabilidadsocial.net/l>. Obtenido de <https://responsabilidadsocial.net/la-responsabilidad-social-que-es-definicion-concepto-y-tipos/>
- HoZman, B. N., Okeniyi, J., & Sunday, E. S. (20 de Agosto de 2024). <https://www.mdpi.com/>. Obtenido de <https://www.mdpi.com/1911-8074/17/8/373>
- Impact Solutions. (13 de Septiembre de 2023). <https://insightsocial.org/>. Obtenido de <https://insightsocial.org/impacto-social-de-un-proyecto-como-medirlo-insight-social/>
- Lideres APLA. (27 de Agosto de 2024). <https://www.lideresapla.com/>. (V. Salinas, Editor) Obtenido de <https://www.lideresapla.com/>: <https://www.lideresapla.com/articulo/requisitos-para-ser-oficial-de-cumplimiento-en-ecuador>
- MARCALIMA. (12 de Octubre de 2024). <https://marcalima.pe>. Obtenido de <https://marcalima.pe/proposito/responsabilidad-social/#:~:text=La%20responsabilidad%20social%20hace%20referencia,la%20sustentabilidad%20y%20la%20econom%C3%ADa>
- MOORE España. (29 de Febrero de 2024). <https://moore.es/>. Recuperado el 26 de Septiembre de 2024, de <https://moore.es/en-que-consiste-principio-de-independencia-en-auditoria/#:~:text=El%20principio%20de%20independencia%20en%20auditor%C3%ADa%20impli> ca%20que%20los%20auditores.y%20queden%20fuera%20de%20toda
- Puente, T. S., Cañizares, S. A., & Solís, M. B. (18 de Marzo de 2018). <https://recimundo.com/>. Recimundo, 650-667. doi:10.26820/recimundo/2.(2).2018.650-667UAFE 2. (2024). [www.uafe.gob.ec](http://www.uafe.gob.ec). Obtenido de [www.uafe.gob.ec/oficiales-de-cumplimiento](https://www.uafe.gob.ec/oficiales-de-cumplimiento)
- UAFE 3. (2024). <https://www.uafe.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.uafe.gob.ec/sb/tramites/calificacion-oficiales-cumplimiento>
- UAFE 4. (08 de Abril de 2022). <https://ohmecuador.com/>. Obtenido de [https://ohmecuador.com/wp-content/uploads/2022/04/CONTADORES-RESOLUCION\\_UAFE-DG-2022-0130.pdf](https://ohmecuador.com/wp-content/uploads/2022/04/CONTADORES-RESOLUCION_UAFE-DG-2022-0130.pdf)
- UAFE 5 . (12 de Octubre de 2024). <https://www.uafe.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.uafe.gob.ec/sujetos-obligados/>
- Unidad de Análisis Financiero y Económico. (2024). <https://www.uafe.gob.ec/>. Recuperado el 26 de Septiembre de 2024, de <https://www.uafe.gob.ec/comite-de-cumplimiento/>
- Vergara, C. Y., Egas, M. F., Cifuentes, L. M., & Troya, L. M. (05 de Enero de 2019). <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2>. doi:<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/277>
- Yepez, C. S., & Peñaherrera, A. R. (2024). <https://dspace.ups.edu.ec>. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27969/1/MSQ818.pdf>

[illegible]



## EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA TRASCENDENCIA EN LA EDUCACIÓN DEL SIGLO XXI

### SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND TRANSCENDENCE IN 21ST CENTURY EDUCATION

*William Lenin Chenche Jácome, Jéssica Elizabeth Posligua Espinoza, Denisse Maricela Salcedo Aparicio*

*<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

La presente investigación es un estudio documental descriptivo que realiza una revisión detallada de artículos científicos y documentos académicos sobre El Desarrollo Sostenible y la Trascendencia en la Educación del Siglo XXI. La UNESCO y otras organizaciones internacionales coinciden en señalar que la educación representa una estrategia esencial en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La educación está explícitamente enunciada como un objetivo independiente que corresponde Educación y Calidad, por lo que se propone un estudio para analizar y comparar las nuevas políticas enfocadas a una educación inclusiva, equitativa y de calidad para promover oportunidades de aprendizaje en dirección al mejoramiento de nuestra sociedad en el futuro. El objetivo del presente estudio, es el de analizar la interrelación entre el desarrollo sostenible y la educación en el siglo XXI, identificando cómo la implementación de enfoques educativos centrados en la sostenibilidad contribuye al empoderamiento de los individuos, a la promoción de habilidades críticas y a la formación de una ciudadanía activa y responsable, capaz de enfrentar los desafíos globales contemporáneos. La metodología aplicada es cualitativa, que combina la revisión documental científica, bibliográfica y la de artículos académicos. Los hallazgos revelan que, la educación para el desarrollo sostenible (EDS) no solo fomenta la conciencia sobre problemas ambientales y sociales, sino que también desarrolla competencias críticas, como el pensamiento crítico y la capacidad de resolución de problemas. La adopción de metodologías innovadoras y la creación de alianzas globales han enriquecido el proceso educativo, facilitando un cambio significativo en las políticas educativas. En última instancia, la EDS contribuye al bienestar social y ambiental, preparando a las nuevas generaciones para afrontar los retos del futuro con responsabilidad y acción.

**Palabras claves:** Desarrollo Sostenible, Trascendencia, Educación.

#### Abstract

This research is a descriptive documentary study that conducts a detailed review of scientific articles and academic documents on Sustainable Development and its Transcendence in 21st-century Education. UNESCO and other international organizations agree that education represents a key strategy in achieving the Sustainable Development Goals (SDGs). Education is explicitly stated as an independent goal corresponding to Quality Education, which is why a study is proposed to analyze and compare the new policies focused on inclusive, equitable, and quality education to promote learning opportunities towards the improvement of our society in the future. The objective of this study is to analyze the interrelation between sustainable development and education in the 21st century, identifying how the implementation of educational approaches centered on sustainability contributes to the empowerment of individuals, the promotion of critical skills, and the formation of an active and responsible citizenry, capable of facing contemporary global challenges. The methodology applied is qualitative, combining the review of scientific, bibliographic, and academic articles. The findings reveal that education for sustainable development (ESD) not only fosters awareness of environmental and social problems but also develops critical competencies such as critical thinking and problem-solving. The adoption of innovative methodologies and the creation of global alliances have enriched the educational process, facilitating a significant change in educational policies. Ultimately, ESD contributes to social and environmental well-being, preparing the new generations to face the challenges of the future with responsibility and action.

**Keywords:** Sustainable Development, Transcendence, Education.



## 6. Introducción

El desarrollo sostenible en la actualidad implica cómo debemos vivir hoy y si queremos un mejor futuro, enfocándose a las necesidades presentes sin afectar las oportunidades de las nuevas generaciones. La educación es la clave principal que permite alcanzar muchos objetivos planteados en el proyecto de Desarrollo Sostenible y la educación del siglo XXI permite al ser humano adquirir los conocimientos, competencias, actitudes, y los valores necesarios para preparar un futuro sostenible.

La Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) propone incorporar en la enseñanza y el aprendizaje los desafíos en el desarrollo sostenible, como el cambio climático, reducción de riesgos de desastres, la biodiversidad, migración, causas de la pobreza, reducción de la pobreza, igualdad entre hombres y mujeres, la inclusión, la información en el internet, entre otros que afectan el proceso educativo y como aplicar nuevos métodos educativos y pedagógicos para fortalecer y mejorar los procesos de formación académicos en bienestar de la sociedad.

Aplicar métodos participativos de enseñanza – aprendizaje que involucren a los docentes y estudiantes a modificar sus comportamientos en mejora de la educación. Se fomenta competencias con el pensamiento crítico, las

habilidades de la creatividad, trabajo colaborativo y comunicación, reflexionar y adquirir conciencia sobre los procesos personal y colectivo de aprendizaje.

La educación no solo es un medio para adquirir conocimientos, sino un catalizador que empodera a las personas y fomenta el cambio social. Según el informe de las Naciones Unidas sobre el desarrollo sostenible, “la educación es fundamental para el desarrollo sostenible, ya que empodera a las personas y les brinda las herramientas necesarias para tomar decisiones informadas” (Naciones Unidas, 2015).

La interconexión de estos desafíos resalta la urgencia de adoptar un enfoque holístico que involucre a todos los sectores de la sociedad. La educación, en este contexto, no es solo un derecho fundamental, sino un motor esencial para la transformación social y ambiental. A través de la educación, las personas pueden adquirir no solo conocimientos técnicos, sino también valores y competencias necesarias para participar activamente en la construcción de un mundo más sostenible.

En este sentido, EDS se convierte en un componente integral del sistema educativo, promoviendo una comprensión crítica de las complejidades del mundo actual. Como señala la UNESCO, “la EDS debe permitir a los aprendices desarrollar una comprensión

crítica de los problemas globales y tener la capacidad de actuar” (UNESCO, 2014).

Es importante mencionar que la educación tiene el potencial de empoderar a las nuevas generaciones, brindándoles las herramientas necesarias para ser agentes de cambio en sus comunidades. Se debe fomentar una mentalidad sostenible desde la infancia, se crea un sentido de responsabilidad y compromiso hacia el medio ambiente y la sociedad. Este estudio académico es vital para crear líderes informados y comprometidos que puedan abordar los desafíos del futuro.

El objetivo de este artículo es examinar cómo la educación, a través de la EDS, se interrelaciona con el desarrollo sostenible, destacando su trascendencia e importancia, presentados en documentación científica, artículos académicos, bibliográficos, a través de métodos cualitativos y abordando los desafíos y oportunidades que enfrenta la educación en el contexto del siglo XXI.

En el presente artículo, se explorará y se describirá cómo la educación se entrelaza con el desarrollo sostenible, estudiando su importancia y se identificarán desafíos y se evaluarán las oportunidades que la educación presenta para fomentar un futuro más sostenible.

## 7. Metodología

Para la presente investigación se realizó un estudio documental descriptivo sustentado en una revisión detallada de otros hallazgos similares. Se recopilaron datos de artículos científicos y académicos; informes de la UNESCO y educativos, se interrelacionaron con el Desarrollo Sostenible y la Educación del Siglo XXI. Se utilizó una metodología cualitativa que combina la revisión documental científica, artículos académicos, y bibliografía. A continuación, se describen los pasos clave de esta metodología:

### Revisión documental:

**Fuentes Académicas:** Se consultaron artículos, libros y documentos de organismos internacionales como la UNESCO y la ONU. Esta revisión proporcionó un marco teórico sobre la Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) y su relevancia en el contexto actual. **Informes y Documentos:** Se analizaron informes recientes sobre sostenibilidad y educación, destacando iniciativas exitosas y buenas prácticas en diversas regiones del mundo.

**Análisis de Resultados:** Se sintetizaron los hallazgos obtenidos de la revisión documental, y bibliográfica identificando patrones y tendencias que ilustran la importancia de la educación en el desarrollo sostenible.

Esta metodología permitió obtener una visión integral de cómo la educación puede ser un catalizador para el desarrollo sostenible, resaltando la necesidad de enfoques innovadores y colaborativos en el ámbito educativo.

### **Marco Teórico. -**

#### **1. Desarrollo Sostenible:**

El desarrollo sostenible, como definición se articula en torno a la idea de satisfacer las necesidades humanas actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas. Esta referencia se enmarca dentro de un direccionamiento que detalla la interrelación entre el crecimiento económico, la equidad social y la sostenibilidad ambiental. En esta última década se detalla que: "se han definido Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que abarcan diversas áreas, incluyendo la educación, la salud, la igualdad de género, trabajo decente y crecimiento económico, y la sostenibilidad ambiental, resaltando la necesidad de abordar estos temas de manera integrada" (Naciones Unidas, 2015).

Los ODS se centran en garantizar una educación inclusiva y equitativa para todos, se deben eliminar las barreras que impiden que ciertos segmentos de la población accedan a la educación, como la pobreza, el género o la discapacidad. Las instituciones educativas, gobierno,

ONG, y empresas privadas y/o publicas deben trabajar mancomunadamente, para mejorar el acceso a la educación. Los ODS buscan brindar oportunidades iguales para que todas las personas puedan adquirir conocimientos y habilidades necesarios para su desarrollo personal y profesional.

#### **2. Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS):**

En este contexto la Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) es un enfoque educativo que busca facilitar a los individuos y sociedades con los conocimientos, habilidades, actitudes y valores necesarios para contribuir a un futuro sostenible. Este enfoque promueve una visión crítica y holística que integra aspectos ambientales, sociales y económicos. Según la UNESCO, "la EDS no solo debe abordar cuestiones ambientales, sino también desarrollar competencias para el pensamiento crítico, la resolución de problemas y la participación activa en la sociedad" (UNESCO, 2014).

El Pensamiento crítico es un proceso mental que permite razonar y evaluar evidencias disponibles referente a un problema que se plantea resolver. Además implica estar sensibilizados así como contrastar una realidad social, política, ética y personal, con la finalidad estar bien informados, identificar y definir un problema, para analizarlo,

buscar solución y tomar decisiones en beneficio de la sociedad.

#### **3. Importancia de la Educación en la Sostenibilidad:**

El tema de desarrollo sostenible se ha convertido en las últimas décadas, en un tema de investigación e interés global, para el gobierno, la ciencia y los ciudadanos, sin embargo, se observa que el ser humano continua con prácticas que ponen en peligro al planeta. Por tal es importante adoptar medidas urgentes para lograr el cumplimiento de las metas que se definieron en la agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Es necesario implantar a la educación alternativas que permitan propiciar una actitud crítica y responsable del ser humano para actuar éticamente y cuidar de su entorno para promover la concienciación y sensibilidad acerca de este tema.

La educación es un componente fundamental para obtener un desarrollo sostenible, considerando que fomenta una ciudadanía informada, activa y competente. El Informe de Desarrollo Humano de 2016 indica que: "la educación no solo mejora el bienestar individual, sino que también es un catalizador para el desarrollo sostenible y una prosperidad compartida" (PNUD, 2016). Considerando esta cita involucra que, a través de la educación, las personas pueden comprender mejor

los desafíos actuales y participar en la búsqueda de soluciones efectivas e inmediatas.

#### **4. Enfoques Innovadores en EDS:**

En el ámbito de la educación, la implementación de la EDS se ha fortalecido con metodologías innovadoras que promueven el aprendizaje interactivo, personalizado y la participación. Métodos como el aprendizaje basado en proyectos, el aprendizaje -servicio y la educación experiencial permiten que los estudiantes se involucren directamente con su entorno, desarrollen habilidades prácticas y en donde el estudiante es el protagonista de su aprendizaje, tanto dentro como fuera del tiempo y espacio educativo, propiciando así, el autoconocimiento, construyendo ciudadanía, empatía e inclusión.

En un estudio de Tilbury (2011) señala que: "los enfoques participativos en la educación pueden aumentar la motivación y la eficacia de los programas de EDS, facilitando una conexión más profunda con los temas tratados".

La cita en mención sugiere que utilizar enfoques participativos en la educación, involucra activamente a los estudiantes en su proceso de aprendizaje y pueden mejorar tanto su motivación como la efectividad de los programas educativos para el Desarrollo Sostenible en la

Educación. Esto propicia que los estudiantes se sientan parte del proceso, se interesen y se comprometan con el contenido, lo que a su vez puede llevar a mejores resultados en el aprendizaje y la implementación de prácticas sostenibles. Estas metodologías también fomentan la colaboración y el trabajo en equipo, esenciales para enfrentar problemas complejos.

### 5. Desafíos y Oportunidades en la EDS:

En diferentes artículos científicos y académicos se evidencia los avances en la promoción de la EDS, aún existen desafíos significativos en el ámbito educativo. La falta de recursos, la resistencia al cambio en los sistemas educativos tradicionales y la necesidad de formación continua de docentes son dificultades que deben tratarse con profundidad.

Sin embargo, el interés por la sostenibilidad y el cambio climático ha aumentado, ofreciendo nuevas oportunidades para integrar la EDS en las políticas y sistemas educativos. El Informe de la ONU sobre el desarrollo sostenible menciona que: "la EDS debe ser considerada una prioridad en las agendas educativas para lograr un cambio real y duradero" (Naciones Unidas, 2015). Analizando la cita, no sólo se debe considerar la inclusión de contenidos relacionados a la sostenibilidad en los planes curriculares

de estudio, sino también la formación y capacitación continua de los educadores para enfrentar desafíos globales como el cambio climático, la pobreza y la desigualdad.

Las oportunidades en los EDS de acuerdo a la UNESCO (2014), señala lo siguiente: Aumento de la conciencia social: Las comunidades están cada vez más interesadas en cuestiones de sostenibilidad, lo que puede impulsar la implementación de programas de EDS.

Colaboración interdisciplinaria: La EDS promueve el aprendizaje holístico, integrando diferentes áreas del conocimiento, lo que fomenta un pensamiento crítico y soluciones innovadoras. Tecnología educativa: El uso de herramientas digitales puede facilitar el acceso a recursos sobre sostenibilidad y permitir métodos de enseñanza más atractivos.

Movimientos globales: Iniciativas como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) ofrecen un marco claro y motivador para integrar la sostenibilidad en la educación. Participación comunitaria: Involucrar a la comunidad en el proceso educativo puede fortalecer el compromiso y crear un sentido de responsabilidad compartida hacia la sostenibilidad. La EDS enfrenta varios desafíos, las oportunidades para su desarrollo y expansión son significativas. Enfrentar y abordar estos desafíos de

manera creativa y colaborativa se logra obtener una educación más efectiva y a una ciudadanía más comprometida con la sostenibilidad.

### 6. Educación y Cambio de Comportamiento:

La EDS no solo busca informar y comunicar, sino también transformar comportamientos y actitudes. Según un estudio de Kagawa y Selby (2012), "la educación puede ser un poderoso catalizador para el cambio, promoviendo comportamientos sostenibles a través de la experiencia y la reflexión crítica". La inclusión de la EDS en la educación formal e informal tiene el potencial de desarrollar una ciudadanía comprometida, capaz de actuar de manera responsable en relación con su entorno, que inspira y moviliza a las personas a actuar.

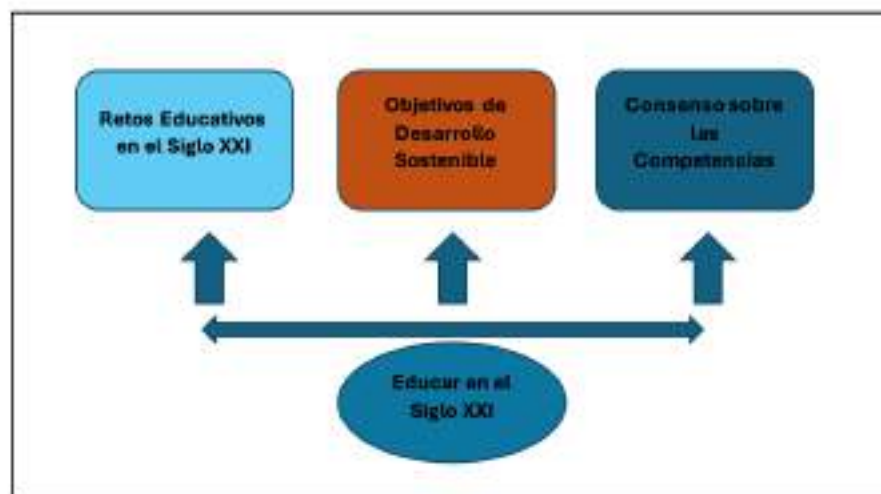
A través de la experiencia y la reflexión crítica, se destaca la importancia de aprender de manera práctica y analizar críticamente las situaciones. Esto ayuda a las personas a comprender mejor los desafíos de la sostenibilidad y a motivarlos a tomar decisiones más responsables y sostenibles en su vida diaria.

### 7. El Rol de la Tecnología en la EDS:

La tecnología también desempeña un papel elemental en la EDS, facilitando

el acceso a la información y recursos sobre sostenibilidad actualizados. Las diferentes plataformas digitales, cursos en línea (sincrónicos y asincrónicos) y recursos interactivos pueden enriquecer la experiencia educativa y conectar a estudiantes y educadores a nivel global. En el informe de la UNESCO sobre tecnologías educativas, se detalla que: "la integración de la tecnología en la educación puede mejorar la calidad del aprendizaje y expandir las oportunidades de colaboración" (UNESCO, 2013).

Es decir, la integración de la tecnología en la educación no solo optimiza el aprendizaje individual, sino que también promueve la colaboración entre estudiantes, a través de redes sociales, aplicaciones en línea y la multimedia educativa, que puede resultar en una experiencia educativa más rica y efectiva.

**Fig. 1. Educar en el Siglo XXI, Tres claves para la Reflexión**

Fuente: Elaboración propia a partir de (Educar en el Siglo XXI, 2023)

## . Resultados

### 3.1 Análisis Comparativo de la Literatura y Hallazgos

Revisando el marco teórico, y la metodología aplicada se tienen los siguientes resultados:

#### 1. Conciencia Global Aumentada:

Uno de los resultados más significativos del enfoque en el desarrollo sostenible es el aumento de la conciencia global sobre temas ambientales y sociales. La integración de la educación para el desarrollo sostenible (EDS) en los currículos escolares ha contribuido a que

estudiantes y comunidades comprendan mejor la interconexión de los problemas globales. Según la UNESCO (2014), “la educación para el desarrollo sostenible empodera a las personas para tomar decisiones informadas y responsables”.

La educación para el desarrollo sostenible (EDS) no solo brinda información sobre problemas ambientales y sociales, sino que también fomenta un sentido de responsabilidad y acción en las personas.

Este estudio permite que los estudiantes entiendan cómo sus decisiones cotidianas pueden tener un

impacto en la sociedad, promoviendo un pensamiento crítico y soluciones creativas a los desafíos globales.

#### 2. Habilidades y Competencias Mejoradas:

La EDS ha promovido el desarrollo de habilidades críticas entre los estudiantes, como el pensamiento crítico y la resolución de problemas. Un estudio de Rieckmann (2012) afirma que “la educación para la sostenibilidad no solo debe transmitir conocimientos, sino también desarrollar competencias clave que permitan a los estudiantes actuar en un mundo cambiante”.

La educación para la sostenibilidad se trata de equipar a los estudiantes con habilidades y competencias esenciales que les permitan:

**Actuar:** Formar individuos capaces de tomar decisiones informadas y responsables en situaciones reales.

**Adaptarse:** Preparar a los estudiantes para enfrentar y adaptarse a un mundo en constante cambio, donde los desafíos ambientales, sociales y tecnológicos evolucionan.

**Colaborar:** Fomentar habilidades de trabajo en equipo y diálogo, esenciales para abordar problemas complejos.

**Pensamiento crítico:** Desarrollar la capacidad de analizar y evaluar

información de manera crítica, lo que es crucial para la resolución de problemas.

**Innovación:** Promover la creatividad y la innovación, permitiendo a los estudiantes proponer soluciones nuevas y efectivas a los desafíos de sostenibilidad.

#### 3. Participación Ciudadana Activa

La educación centrada en el desarrollo sostenible ha fomentado una mayor participación ciudadana entre los jóvenes. Un informe de la UNESCO destaca que “los estudiantes que participan en iniciativas de EDS son más propensos a involucrarse en actividades cívicas y a promover cambios en sus comunidades” (UNESCO, 2017).

Los estudiantes tienden a estar más comprometidos con su entorno y a involucrarse en actividades que benefician a su comunidad. Esto incluye: participación cívica, promoción de Cambios (al adquirir conocimientos sobre sostenibilidad y justicia social, estos estudiantes se convierten en defensores activos de mejoras en sus comunidades, ya sea a través de campañas de concientización, proyectos ambientales o acciones sociales) y Conciencia y Responsabilidad sobre las diferentes problemáticas locales y globales que afectan a las sociedades con la finalidad de actuar y buscar soluciones.



#### 4. Innovaciones en Prácticas Educativas

Los enfoques innovadores en la EDS han llevado a la implementación de nuevas prácticas educativas, que incluyen el aprendizaje - servicio y la educación experiencial. Según Tilbury (2011), “los enfoques participativos en la educación pueden aumentar la motivación y la eficacia de los programas de EDS”.

Los enfoques participativos hacen que la educación para la sostenibilidad sea más atractiva y efectiva, facilitando el aprendizaje y fomentando el compromiso activo de los estudiantes, creando aumento de la motivación, aprendizaje activo, mejora de la eficacia, y empoderamiento.

#### 5. Colaboraciones y Redes Globales

El impulso hacia el desarrollo sostenible ha dado lugar a colaboraciones entre instituciones educativas, gobiernos y organizaciones no gubernamentales. La Alianza Internacional para la Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) ha enfatizado que “las asociaciones son fundamentales para maximizar el impacto de la EDS a nivel global” (UNESCO, 2015).

Los gobiernos deben redefinir las macros planificaciones educativas para agregar lineamientos, contenidos y estrategias para incorporar los EDS en las instituciones educativas públicas y privadas para dar a conocer las políticas y acciones de mejora en la

educación para Fomentan los valores de responsabilidad, equidad, inclusión y ecología. La sostenibilidad se trabaja desde todas las materias y englobando todos los aspectos del ser humano (físico, cognitivo, social y emocional).

#### 6. Políticas Educativas Reformadas

La creciente importancia de la sostenibilidad ha influido en la formulación de políticas educativas en muchos países. Como señala el Informe de la ONU sobre el desarrollo sostenible, “la educación para el desarrollo sostenible debe ser una prioridad en las agendas educativas de todos los países” (Naciones Unidas, 2015).

El Ecuador tiene como compromiso cumplir con los estándares de calidad, los cuales están propuestos en las metas educativas del 2021, para ello, tiene por objetivo cumplir con lo siguiente:

- Reforzar y ampliar la participación de la sociedad en la acción educativa.
- Lograr la igualdad educativa y superar toda forma de discriminación en la educación.
- Aumentar la oferta de educación inicial y potenciar su carácter educativo.
- Universalizar la educación primaria y la secundaria básica, y ampliar el acceso a la educación secundaria y superior.

- Mejorar la calidad de la educación y el currículo escolar.

- Favorecer la conexión entre la educación y el empleo a través de la educación técnico – profesional (ETP).

- Ofrecer a todas las personas oportunidades de educación a lo largo de toda la vida.

- Fortalecer la profesión docente.

- Ampliar el espacio iberoamericano del conocimiento y fortalecer la investigación científica.

- Invertir más e invertir mejor.

- Evaluar el funcionamiento de los sistemas educativos y del proyecto “Metas Educativas 2021”.

Es muy importante conocer acerca de las políticas públicas, ya que ellas nos permiten llevar a cabo los diferentes procesos educativos, que son fundamentales para el adecuado desarrollo de la educación inclusiva y de calidad.

#### 7. Mejora en el Bienestar Social y Ambiental

A largo plazo, la implementación de la EDS contribuye a mejorar el bienestar social y ambiental. Según el informe de la Comisión de Desarrollo Sostenible, “la

educación es esencial para el desarrollo sostenible, ya que fomenta la conciencia, la responsabilidad y la acción hacia un futuro más sostenible” (Comisión de Desarrollo Sostenible, 2014).

#### 9. Conclusiones

El desarrollo sostenible no puede lograrse sin una transformación profunda en la manera en que concebimos y practicamos la educación en el siglo XXI. Hoy, más que nunca, la educación debe desempeñar un papel central en la preparación de individuos y sociedades para enfrentar los desafíos globales, desde el cambio climático hasta las desigualdades sociales y económicas.

La trascendencia de la educación radica en su capacidad para formar ciudadanos conscientes, críticos y responsables, capaces de impulsar un cambio real hacia la sostenibilidad en todos los ámbitos de la vida.

Para cumplir este propósito, la educación debe adaptarse a las nuevas realidades del mundo moderno, promoviendo no solo el conocimiento técnico, sino también el desarrollo de competencias transversales como el pensamiento crítico, la creatividad y la empatía.

La educación para el desarrollo sostenible es un proceso transformador que busca cultivar en los estudiantes una

conciencia crítica sobre los problemas ambientales y sociales. Al promover la adopción de estilos de vida sostenibles y la participación activa en la comunidad, esta pedagogía contribuye a construir un futuro más próspero para todos.

Las instituciones educativas, los gobiernos y las empresas deben colaborar para que la educación sostenible sea accesible para todos, cerrando las brechas de inequidad y asegurando que ningún sector de la sociedad quede excluido del progreso.

En definitiva, el desarrollo sostenible y la educación del siglo XXI están intrínsecamente vinculados. Al formar generaciones que valoren el bienestar del planeta y de las personas, estamos construyendo las bases para un futuro más objetivo, inclusivo y cuidadoso con el medio ambiente.

La educación no solo debe ser un fin en sí misma, sino un instrumento transformador que permita a la colectividad progresar de manera justa y sostenible.

En conclusión, la educación del siglo XXI es un pilar fundamental para alcanzar el desarrollo sostenible. Al instruir a las personas con los conocimientos, las habilidades y los valores necesarios, la educación empodera a las comunidades para tomar decisiones informadas y construir un futuro más justo y

equitativo para todos. En un mundo cada vez más interconectado, la educación debe trascender las aulas y aprovechar las tecnologías digitales para conectar a las personas y fomentar la colaboración global. Es hora de invertir en educación para construir un futuro sostenible donde las necesidades del presente se satisfagan sin comprometer las de las futuras generaciones.

## 10. Referencias

- UNESCO Digital Library. Educación para el desarrollo sostenible: edificar un mundo mejor y más justo para el siglo XXI. Recuperado de: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216673\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216673_spa)
- Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. UNESCO. (2014). Educación para el desarrollo sostenible: un enfoque de aprendizaje centrado en el estudiante.
- Brundtland, G. H. (1987). Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. Oxford University Press.
- UNESCO. (2013). Technology, Education and Skills for Sustainable Development. UNESCO Publishing.
- UNESCO. (2014). Education for Sustainable Development: A Roadmap. UNESCO Publishing.
- NODOS (2022). Recuperado de: <https://2022.nodos.org/ponencia/importancia-de-la-educacion-para-el-desarrollo-sostenible-en-escuelas-de-nivel-medio-superior-del-ipn/>
- Tilbury, D. (2011). Education for Sustainable Development: An Expert Review of Processes and Learning. UNESCO. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2016). Human Development Report 2016: Human Development for Everyone. UNDP.
- Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.
- UNESCO. (2014). Educación para el desarrollo sostenible: Un enfoque intergeneracional. Recuperado de: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000252423>
- United Nations. (2015). Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. Recuperado de: <https://research.usc.edu.au/esploro/outputs/conferencePresentation/TRANSFORMING-OUR-WORLD-The-2030-Agenda/99451165702621>
- Kagawa, F., & Selby, D. (2012). Education and Climate Change: A Systematic Literature Review. UNESCO.
- UNESCO. (2013). Technology, Education and Skills for Sustainable Development. UNESCO Publishing. CEDEC-INTEF. Artículo. Recuperado de: <https://cedec.intef.es/educar-en-el-siglo-xxi/>
- UNESCO. (2014). Education for Sustainable Development: A Roadmap. UNESCO Publishing. Rieckmann, M. (2012). Key Competencies for a Sustainable World. International Journal of Sustainability in Higher Education.
- UNESCO. (2017). Education for Sustainable Development Goals: Learning Objectives. UNESCO Publishing.
- UNESCO. (2015). Global Action Programme on Education for Sustainable Development. UNESCO.
- Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.
- Comisión de Desarrollo Sostenible. (2014). Education for Sustainable Development: Key to a Sustainable Future.
- GRUPO GEARD ECUADOR. Recuperado de: <https://grupoguard.com/ec/blog/categoria/politicas-educativas-ecuador/>



## EL EMPRENDIMIENTO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL DEL CANTÓN SANTA LUCÍA PROVINCIA DEL GUAYAS

### ENTREPRENEURSHIP IN THE LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT OF SANTA LUCIA CANTON, GUAYAS PROVINCE

*Ana Jacqueline Haro Velastegui, Angelica Elizabeth Borja Arévalo, Alexandra Katherine Almache Jiménez, Jhordan Gabriel Rodríguez Rodríguez*  
*\*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

Este trabajo aborda la incidencia del emprendimiento en el desarrollo económico local del Cantón Santa Lucía, provincia del Guayas, durante el periodo 2018-2022. Los objetivos incluyen analizar la situación actual, antecedentes y causas de los emprendimientos locales, así como revisar fuentes de información primarias y secundarias. La investigación surge a partir de identificar de qué manera inciden los emprendimientos durante el periodo 2018 al 2022 y a través de la pandemia de COVID-19, evidenciando la adopción de nuevas oportunidades comerciales, como emprendimientos textiles, agrícolas y en servicios. Los emprendedores, con creatividad e innovación, contribuyen al desarrollo local, generando empleo, estableciendo relaciones comerciales y mejorando la calidad de vida de los habitantes. El objetivo general es analizar la relación entre emprendimiento y desarrollo local, respaldado por datos obtenidos mediante la encuesta, entrevista e información proporcionada por el GAD. La metodología mixta culmina mediante el análisis de la recolección de datos, contribuyendo de gran manera al desarrollo económico local del cantón Santa Lucía. Incidiendo al objetivo de desarrollo sostenible número 8, relacionado al trabajo decente, crecimiento económico y empleo.

**Palabras Clave:** Emprendimiento, desarrollo local, desarrollo sostenible

#### Abstract

This work addresses the incidence of entrepreneurship in the local economic development of Cantón Santa Lucía, Guayas province, during the period 2018-2022. The objectives include analyzing the current situation, background and causes of local entrepreneurship, as well as reviewing primary and secondary sources of information. The research arises from identifying the impact of entrepreneurship during the period 2018 to 2022 and through the COVID-19 pandemic, evidencing the adoption of new business opportunities, such as textile, agricultural and service enterprises. Entrepreneurs, with creativity and innovation, contribute to local development, generating employment, establishing commercial relationships and improving the quality of life of the inhabitants. The general objective is to analyze the relationship between entrepreneurship and local development, supported by data obtained through the survey, interview and information provided by the GAD. The mixed methodology culminates in the analysis of the data collection, contributing greatly to the local economic development of the canton of Santa Lucía. Inciding to the sustainable development goal number 8, related to decent work, economic growth, and employment.

**Keywords:** Entrepreneurship, local development, sustainable development

## 1. Introducción

Es importante mencionar que unos de los problemas que se refleja dentro de una sociedad es la tasa de desempleo y subempleo. En países europeos como Reino Unido (9%TAE) y Alemania (8% TAE), a pesar de tener su tasa de emprendedores bajas, cuentan con pocas barreras de entradas al mercado y una fuerte comunidad de negocios y talento además de una cultura empresarial transparente, mano de obra altamente educada y políticas amigables para el emprendimiento, sobre todo el apoyo gubernamental mediante recursos en líneas, prestamos iniciales y plantillas para planes de negocios.

América Latina tiene la Tasa de Actividad Emprendedora más elevada Según el GEM, con el primer lugar Chile (36.7% TEA). Según indican Cañarte-Quimis et al., 2020, Ecuador presenta la segunda Tasa de Actividad Emprendedora (36.2% TEA).

Los emprendimientos no están generando suficientes empleos para abordar la problemática del desempleo y subempleo. En la actualidad, el número de emprendedores en el Ecuador está en aumento, abarcando una diversidad de actividades desde la apertura de establecimientos de comida rápida hasta salones de belleza y talleres, proporcionando una amplia variedad de oportunidades para comercializar

bienes y servicios a nivel nacional e internacional mediante el uso de internet y redes sociales.

(Cañarte-Quimis, Marcillo-Marcillo, Leones-Pico, & Márquez-Toala, 2020) Otro de los factores que incidió en el cierre de empleos y repotenciación de emprendimientos fue la pandemia de COVID-19 que reconfiguró el panorama empresarial, generando desafíos y oportunidades significativas.

La crisis sanitaria impulsó la digitalización y la adaptación de negocios, resaltando la importancia de la resiliencia financiera y la innovación. Los gobiernos respondieron con medidas de apoyo. La seguridad en el lugar de trabajo se volvió crucial, al igual que la capacidad de adaptarse a cambios en la demanda del consumidor y competir en línea, factores clave que determinaron el éxito y la supervivencia de los emprendimientos en este nuevo entorno empresarial.

En este proyecto investigativo se busca analizar y comprender cómo las actividades emprendedoras han influido en el crecimiento económico y la prosperidad local en el Cantón Santa Lucía. Esto implica examinar el impacto del emprendimiento en la creación de empleo, la innovación, la competitividad empresarial y otros indicadores económicos relevantes, con el fin de proporcionar una visión más

completa y fundamentada de su papel en el desarrollo de la comunidad local. Así, en la investigación realizada por Solórzano-López y Verduga-Pino en el cantón Tosagua en Manabí se aborda el tema del emprendimiento desde una perspectiva de cambio en la economía y la tecnología, reconociendo la creciente importancia de los emprendedores como motores del desarrollo económico y social a nivel global, especialmente en el contexto del creciente problema del desempleo.

Este trabajo se enfoca en una población rural específica, la parroquia Bachillero en el cantón Tosagua, provincia de Manabí, que se caracteriza por su actividad ganadera y agrícola, así como por su entorno de cataramas, ciénagas y boliches. El estudio recopila datos históricos y descriptivos, y aunque no es experimental, se basa en un análisis de datos que conduce a conclusiones que respaldan la promoción de la producción y el espíritu emprendedor en la comunidad local.

La problemática que surge en el Cantón Tosagua se origina en una investigación posterior al terremoto de 2016, que puso de manifiesto la tenacidad de la población para mantener sus actividades económicas a pesar de las adversidades naturales, los estragos del terremoto, las crisis económicas y otros factores desafiantes que afectaron su economía. Además de la, pandemia

de COVID-19. A pesar del impacto económico significativo, la parroquia urbana de Tosagua y sus habitantes, incluyendo agricultores que perdieron sus empleos o vieron reducidos sus ingresos, han optado por explorar nuevas oportunidades comerciales, como emprendimientos en el área textil, centros agrícolas, banano orgánico, así como establecimientos de alimentos, bebidas y en el sector de alojamiento, esto ha propiciado un crecimiento en los sectores comerciales y de servicios en la comunidad.

Los emprendedores, al valerse de la creatividad, perseverancia, innovación en los productos y una visión futurista, contribuyen significativamente al desarrollo local en la provincia de Manabí. Esta valiosa combinación de atributos no solo genera nuevas oportunidades de empleo, sino que también facilita el establecimiento de relaciones comerciales con grandes empresas y entidades bancarias privadas.

Por otro lado, según el proyecto realizado por Ángel Mullo en el cantón Guamote provincia de Chimborazo en el año 2022, afirma que, en la actualidad, el emprendimiento se ha consolidado como un componente esencial para impulsar el avance económico y local de una nación, al fortalecer la infraestructura empresarial arraigada en una región o comunidad.

Esta iniciativa no solo incide en el progreso económico, sino que también influye positivamente en la calidad de vida de sus residentes.

En este cantón, el comercio ha cobrado relevancia desde los años 90, respaldado por diversas entidades gubernamentales, privadas y organizaciones no gubernamentales.

La mayoría de la producción se destina al consumo local, mientras que la fracción que se comercializa se vende en las comunidades y en la feria semanal, con el propósito de impulsar el desarrollo local.

Santa Lucía es un cantón de la Provincia del Guayas, ubicado en la región costera de la República del Ecuador, es conocida por su entorno geográfico, que incluye zonas costeras y rurales, alberga una población de 45,004 personas al 2021 según el INEC, los cuales se dedican a

una variedad de actividades económicas, incluyendo la agricultura, la pesca y el comercio, se encuentra en una ubicación estratégica, con acceso a importantes rutas de transporte terrestre y fluvial, lo que contribuye a su importancia económica y comercial en la región.

Dentro del contexto del tema "Incidencia del Emprendimiento en el Desarrollo Económico Local del Cantón Santa Lucía Provincia del Guayas, Año 2018-2022" desarrollado por Almache y Rodríguez (2024), se identifican una serie de fenómenos y hechos que justifican el planteamiento del problema entre los que se encuentran el crecimiento de emprendimientos, tasa de desempleo, niveles de pobreza, recopilación de impuestos, innovación empresarial, acceso a recursos e impacto del COVID-19, el levantamiento de información se extrajo del GAD Municipal de Santa Lucía.

desde los conceptos económicos clásicos de los siglos XVIII y XIX hasta los del siglo XXI donde el concepto de

emprendimiento no solo se amplía sino que se vuelve más inclusivo y abarca no solo la creación de nuevas empresas, sino también la innovación dentro de organizaciones existentes y la adopción de enfoques emprendedores en una amplia variedad de campos, incluyendo el sector público, la educación y la tecnología.

La tecnología de la información y la conectividad global han impulsado el crecimiento del emprendimiento digital y la economía colaborativa.

En la actualidad, el emprendimiento se entiende como la capacidad de identificar oportunidades, asumir riesgos, innovar y crear valor, ya sea a través de la creación de una nueva empresa o mediante la transformación de un negocio existente. Se valora la mentalidad emprendedora en diversos contextos y se reconoce su importancia para el crecimiento económico y la solución de problemas sociales.

Según Herruzo-Gómez et.al, (2019), la importancia del emprendimiento radica en su capacidad para fomentar la dinámica económica, la generación de empleo y la innovación disruptiva. Los emprendedores desempeñan un papel esencial en la creación de empresas que introducen nuevos productos, servicios y procesos, lo que impulsa el crecimiento económico y la competitividad de una nación. Además,

la investigación en emprendimiento contribuye al desarrollo de teorías y enfoques que ayudan a comprender y mejorar la actividad emprendedora, lo que a su vez puede influir en las políticas públicas y en la formación de políticas económicas.

(Herruzo-Gómez, Hernández-Sánchez, Cardella, & Sánchez-García, 2019). El emprendimiento es un motor clave de la economía, impulsando la creación de riqueza, la competitividad y la adaptación a los cambios.

Con el emprendimiento vienen de la mano conceptos como la de la empresa, la cual es una entidad económica que se dedica a la producción o prestación de bienes y servicios con el objetivo de generar ingresos y beneficios. Puede variar en tamaño y estructura, desde pequeñas y medianas empresas hasta grandes corporaciones, y puede operar en diversos sectores de la economía. (Bueno Campos, 2022).

También, el empresario que según Guillén Valencia et al., 2020 "es un individuo que asume la responsabilidad de crear, dirigir y gestionar una empresa. Este rol implica la toma de decisiones estratégicas, la gestión de recursos, la identificación de oportunidades de negocio y la asunción de riesgos con el objetivo de lograr el éxito y la rentabilidad de la empresa". Los empresarios pueden ser los fundadores o propietarios de la

**Tabla 41 Emprendimientos por Periodo**

| Periodo | Porcentaje          |
|---------|---------------------|
| 2018    | 110 emprendimientos |
| 2019    | 146 emprendimientos |
| 2020    | 195 emprendimientos |
| 2021    | 265 emprendimientos |
| 2022    | 233 emprendimientos |

Ahorabien, el término "emprendimiento" ha experimentado una evolución significativa a lo largo de la historia,



empresa, y su papel es fundamental para el funcionamiento y el desarrollo de esta. (Guillén Valencia, y otros, 2020).

Otro concepto ligado al emprendimiento son las PYME las cuales son empresas que tienen un número limitado de empleados y una facturación anual que se encuentra dentro de ciertos límites establecidos por la legislación de cada país. Estas empresas suelen ser más pequeñas en escala en comparación con las corporaciones y a menudo desempeñan un papel importante en la economía local y nacional.

(Rodríguez-Mendoza & Aviles-Sotomayor, 2020) Por otro lado, también hay que destacar el concepto de emprendimiento local y éste se enfoca en la creación y desarrollo de empresas a nivel local. Implica la identificación de oportunidades económicas dentro del Cantón Santa Lucía y la formación de nuevos negocios para aprovechar las oportunidades.

(Solórzano-López & Verduga-Pino, 2021). Este concepto viene de la mano del crecimiento económico local que según Proaño et.al, 2019 "Se utiliza para describir el aumento de la producción económica en una región determinada. Puede medirse a través del crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) local y está relacionado con la creación de empleo y el aumento de los ingresos". Finalmente, se encuentra

el ecosistema emprendedor que se refiere a la red de actores, recursos y condiciones que influyen en el desarrollo de emprendimientos en el Cantón Santa Lucía.

Esto incluye la presencia de instituciones educativas, inversores, organismos gubernamentales, incubadoras, aceleradoras y otros elementos que apoyan el emprendimiento local. (Tassara Salviati, 2021).

En cambio, el desarrollo económico local es una estrategia que se enfoca en impulsar el crecimiento económico y la mejora de la calidad de vida en comunidades y regiones específicas. Se centra en fortalecer la economía local mediante la promoción de empresas, la inversión en infraestructura y la creación de empleo, a menudo con la colaboración de actores locales, como gobiernos, empresas y la sociedad civil.

El DEL busca aprovechar los recursos y ventajas competitivas de una región para impulsar su desarrollo sostenible. (Arévalo Martínez & Armas Arévalos, 2019).

Así mismo, en el contexto económico de Ecuador, el Banco Central proyecta un crecimiento del 3,1% para 2023, aunque el FMI advierte sobre una recesión global que impactará más a los países en desarrollo. Ecuador es un país inestable, con cambio de gobiernos

constante, en la actualidad mantener el control económico de las finanzas públicas se ha vuelto un verdadero reto así mismo el involucramiento de gobiernos anteriores con sobornos y sobrepagos, ha provocado una grave crisis económica.

Rubén Flores, decano de Economía de la PUCE, resalta desafíos como el desequilibrio comercial y la necesidad de generar dólares. Ante la recesión mundial y la guerra Rusia-Ucrania, hay incidido gravemente en las exportaciones que se tiene ante dicho país, así mismo se enfatiza la importancia de fortalecer la institucionalidad y apoyar sectores clave para avanzar hacia un crecimiento sostenible. (Sempértegui, 2023).

Dentro del contexto social es importante mencionar que Ecuador registró el 2023 como el país más violento de su historia, más los hallazgos suscitados dentro de un canal local, sumando las muertes violentas que seguían en aumento, el presidente Daniel Noboa decretó estado de excepción y así mismo estado de conflicto armado interno (Decreto 110 y 111) donde se menciona la existencia de 22 grupos de crimen organizados.

Dentro de este contexto influye de gran magnitud la falta de inversión interna como extranjera por el factor seguridad. (León, 2024). El presidente de la república del Ecuador presentó a la asamblea la nueva reforma tributaria

donde implicaría el aumento del IVA del 12% a 15%, la asamblea no alcanzó el Veto del presidente, pero si se realizó un acuerdo donde se fija el IVA en el 13% con la posibilidad de que el mandatario pueda elevarlo circunstancialmente hasta el 15%, con el fin combatir la Guerra interna que atraviesa el país actualmente. (primicias, 2024)

Bajo éstas circunstancias, el desarrollo económico local es un componente crucial para el crecimiento y el bienestar de las comunidades en un cantón como Santa Lucía. La implementación de estrategias específicas puede tener un impacto significativo en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes. El GAD de Santa Lucía ha establecido una serie de estrategias destinadas a fortalecer y estimular el desarrollo económico local, desde la participación ciudadana hasta la preservación del patrimonio y la promoción de un sistema económico inclusivo.

Entonces, se fomenta el aumento de emprendimientos que conlleva a generar plazas de empleo incentivando así la mejora en la calidad de vida y creando así un empleo adecuado, así mismo se cumple una de las metas del Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) N°8, promover políticas orientadas al desarrollo, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de

las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros. (Organización de Naciones Unidas, 2022).

De ésta manera, la relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico local permite la creación de nuevas empresas que impulsan la generación de empleo, lo que a su vez aumenta la renta disponible en la comunidad. Este aumento en la empleabilidad y los ingresos conduce a un mayor poder adquisitivo y al estímulo del consumo local, lo que beneficia a la economía local.

Los emprendimientos suelen ser motores de la innovación. A través de la introducción de nuevas ideas, productos y servicios en el mercado, se puede mejorar la competitividad de las empresas locales y promover un crecimiento económico sostenible a largo plazo. La innovación también puede resultar en la creación de ventajas competitivas para la región, atrayendo inversiones y talento.

La diversificación económica es otra forma en que el emprendimiento contribuye al desarrollo económico local. Al establecer una variedad de empresas en diferentes sectores, se reduce la dependencia de una sola industria, lo que aumenta la resiliencia de la economía local ante

las fluctuaciones económicas. (Torres Granadillo & Briones Mendoza, 2019) Sin embargo y como todos los negocios, los emprendimientos se enfrentan a barreras y desafíos como el acceso al financiamiento, las regulaciones, la falta de recursos e infraestructura, entre otros, que tienen que sortear para poder mantenerse en el mercado. Por este motivo se busca cuál es la incidencia del emprendimiento en el desarrollo económico local del Cantón Santa Lucía, provincia del Guayas año, 2018 al 2022.

## 2. Metodología

El diseño de investigación se basa en un enfoque mixto. Este tipo de diseño busca aprovechar las fortalezas cualitativas y cuantitativas para obtener una comprensión más completa y profunda del fenómeno estudiado.

Así, se aplicó un enfoque cualitativo e inductivo mediante la realización de entrevistas al personal del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) municipal de Santa Lucía. Las preguntas planteadas exploran la percepción del personal sobre el crecimiento de emprendimientos en los últimos 5 años, su contribución al desarrollo del cantón, la existencia de áreas dentro del GAD dedicadas al impulso emprendedor, las responsabilidades del GAD hacia los emprendimientos, las limitaciones enfrentadas por los emprendedores y las medidas tomadas

por el GAD para abordarlas. Además, se buscó identificar factores positivos de los emprendimientos, posibles áreas de emprendimiento adicionales en el cantón y el emprendimiento que destaca según la perspectiva del personal.

El análisis inductivo de las respuestas permite identificar patrones emergentes y obtener una comprensión más profunda de la incidencia del emprendimiento en el desarrollo económico local de Santa Lucía.

Además, la aplicación del enfoque cuantitativo y deductivo se da mediante la implementación de encuestas a emprendedores del cantón Santa Lucía. La encuesta estructurada aborda diversas dimensiones, como características demográficas, motivaciones para emprender, experiencias laborales previas, tiempo de operación, riesgos enfrentados, factores que han obstaculizado el crecimiento, competencia local, estrategias comerciales, fuentes de financiamiento, ingresos mensuales, generación de empleo, percepciones sobre la capacitación ofrecida por el gobierno local y la incidencia del emprendimiento en el crecimiento económico del cantón.

El análisis cuantitativo de las respuestas permite identificar patrones estadísticos y relaciones predefinidas, proporcionando una visión cuantitativa

de la realidad emprendedora en Santa Lucía. Además de las encuestas, observaciones directas y análisis de documentos relacionados con el proyecto, la investigación de campo implicó realizar visitas al Cantón Santa Lucía para recopilar información sobre el panorama emprendedor. Esto incluye entrevistas con emprendedores locales, representantes gubernamentales, y entidades involucradas en el fomento del emprendimiento. En cambio, la investigación bibliográfica o documental permitió examinar cómo ha evolucionado el emprendimiento en el Cantón Santa Lucía a lo largo del tiempo, identificando hitos, políticas o eventos relevantes que hayan influido en el ecosistema emprendedor y facilitó la comprensión de las teorías, modelos y conceptos relevantes sobre emprendimiento y desarrollo económico, proporcionando una base sólida para la investigación de campo y otras metodologías. (Martínez, 2023)

Con un total de 298 emprendedores registrados hasta la actualidad, la población empresarial en la localidad ha desempeñado un papel crucial en el desarrollo económico local. Este periodo de cuatro años ha sido testigo de una serie de iniciativas y proyectos emprendedores que han contribuido de manera significativa a la transformación y fortalecimiento de la economía cantonal.

La muestra recolectada se obtiene a partir de la fórmula propuesta por la universidad de Chile. La muestra permitirá conocer el número de emprendedores a encuestar en el Cantón Santa Lucía.

Para la realización de la encuesta, se llevó a cabo un cuestionario compuesto por 14 preguntas centradas en el inicio de emprendimientos. Se exploraron aspectos como la experiencia laboral previa como factor clave para emprender, el tiempo de operación en el mercado, los riesgos enfrentados, y los obstáculos para el crecimiento.

También se indagó sobre la competencia local, estrategias comerciales y fuentes de financiamiento utilizadas. Otros temas abordados incluyeron el ingreso mensual estimado, la generación de empleo, la colaboración con el gobierno local para capacitaciones, y la percepción sobre el impacto económico del emprendimiento en el cantón.

### 3. Resultados

La introducción al procesamiento de información de las entrevistas revela la perspectiva de actores locales sobre el emprendimiento en el Cantón. El concejal Cristian Silva aborda el crecimiento emprendedor en los últimos 5 años, mientras que el

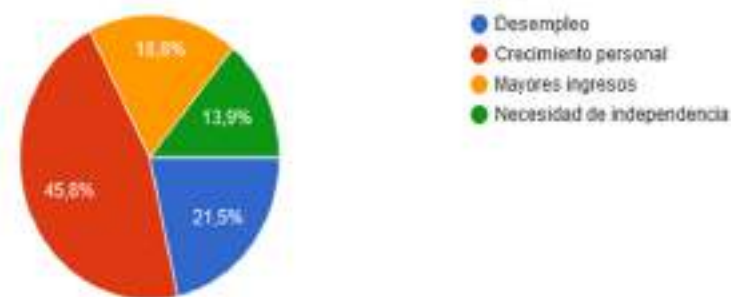
concejal José Paredes se centra en la contribución de los emprendimientos al desarrollo del cantón. Digna Mota, Administradora del Centro Comercial, aporta percepciones sobre la existencia de un departamento en el GAD) para impulsar emprendimientos y medidas de apoyo.

En referencia a las encuestas, en éste estudio se las realizaron emprendedores de diversos sectores en el cantón Santa Lucía, abordando aspectos relevantes de sus negocios. Se exploraron las motivaciones para emprender, la relevancia de la experiencia laboral previa, el tiempo de operación en el mercado, los riesgos iniciales y los factores que han limitado el crecimiento en los últimos 5 años.

Se indagó sobre la percepción de competencia local, las expectativas mediante estrategias comerciales, las fuentes de financiamiento utilizadas, el ingreso mensual estimado y la generación de empleo. Se evaluó la necesidad de capacitación respaldada por el gobierno local y la percepción del impacto económico de los emprendimientos en el cantón, concluyendo con las consideraciones sobre los elementos necesarios para el crecimiento empresarial.

**Pregunta 1:** ¿Qué lo motivó en poner en marcha su emprendimiento?

**Fig. 4. Inicio de Emprendimiento**



**Análisis:** Este panorama refleja una combinación de necesidades económicas inmediatas y aspiraciones a largo plazo, subrayando la complejidad de los impulsos detrás de la decisión de emprender.

**Pregunta 2:** ¿Considera usted que una experiencia previamente obtenida en el campo laboral es sustancial a la hora de iniciar un emprendimiento?

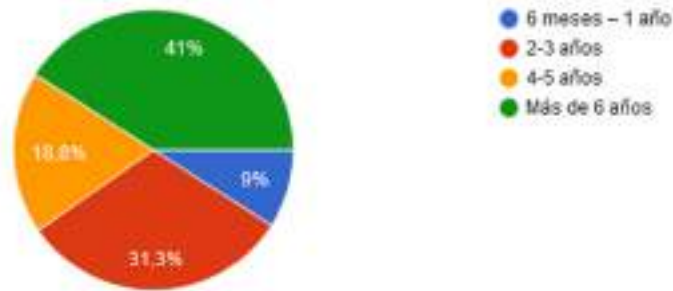
**Fig. 5. Experiencia Laboral**



**Análisis:** Estas respuestas sugieren una falta de consenso en cuanto a la importancia de la experiencia laboral previa, destacando la complejidad y la variabilidad de las percepciones entre los emprendedores encuestados.

**Pregunta 3:** ¿Qué tiempo tiene operando su emprendimiento dentro del mercado?

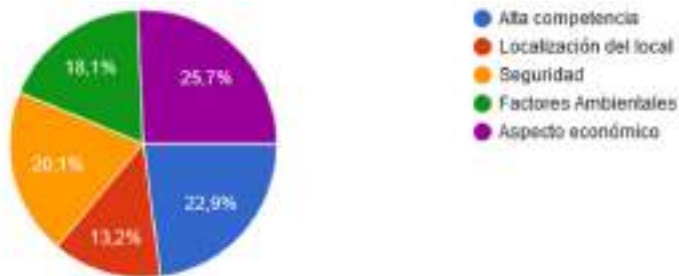
**Fig. 6. Tiempo de Emprendimiento en el Mercado**



**Análisis:** Los emprendimientos que han estado operando en el mercado por mucho tiempo, indican una presencia sostenida y posiblemente una adaptabilidad exitosa a lo largo del tiempo y pueden considerarse como líderes experimentados en el mercado local.

**Pregunta 4:** ¿Qué riesgos enfrentó al iniciar su emprendimiento?

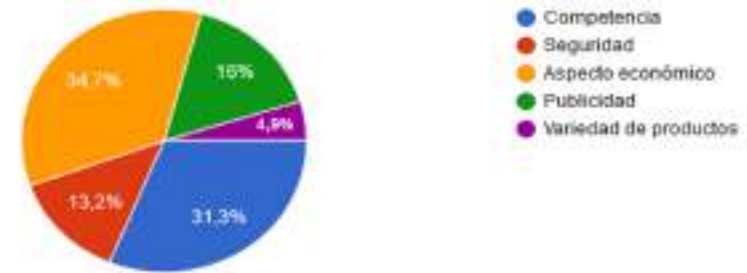
**Fig. 7. Riesgos al Empezar**



**Análisis:** El análisis resalta la diversidad de riesgos percibidos, desde factores económicos hasta consideraciones de seguridad y ubicación. Se destacan principalmente los riesgos asociados al aspecto económico como una preocupación principal, reflejando la sensibilidad de los emprendedores a las condiciones financieras.

**Pregunta 5:** En los últimos 5 años ¿Qué Factor ha impedido en el crecimiento de su negocio?

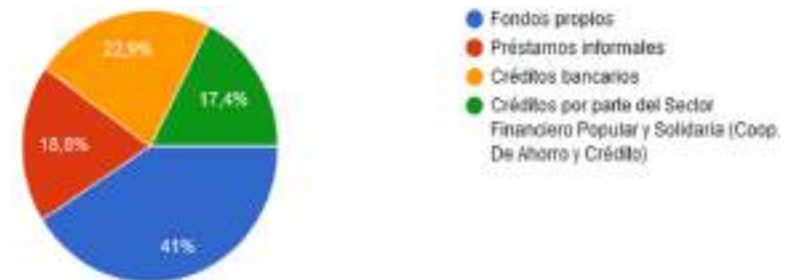
**Fig. 8. Crecimiento del Negocio**



**Análisis:** El gráfico subraya la complejidad de los desafíos que los emprendedores enfrentan, abarcando desde condiciones económicas hasta aspectos competitivos y de seguridad.

**Pregunta 6:** ¿A qué medios de financiamiento tuvo que recurrir para la implementación de su emprendimiento?

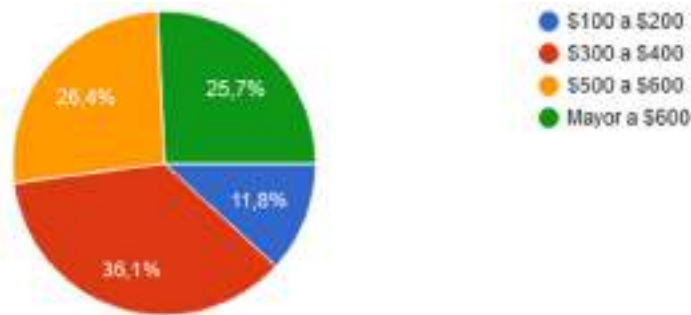
**Fig. 9. Medios de Financiamiento**



**Análisis:** Se observa la diversidad de estrategias financieras empleadas por los emprendedores, con un énfasis significativo en la inversión personal, pero también con la incorporación de recursos externos, tanto formales como informales, para respaldar el lanzamiento y desarrollo de sus negocios.

**Pregunta 7:** ¿Cuál es ingreso mensual estimado de su emprendimiento?

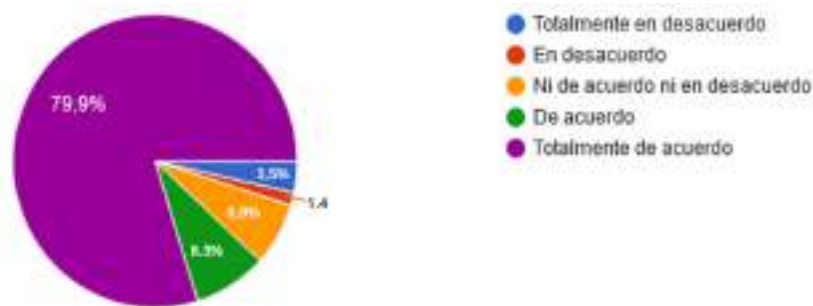
**Fig. 10. Mensual Estimado**



**Análisis:** Se resalta la diversidad en los niveles de ingresos mensuales estimados, indicando que algunos emprendimientos experimentan un rendimiento más elevado, mientras que otros se sitúan en rangos más moderados, reflejando la variabilidad en la situación financiera de los negocios encuestados.

**Pregunta 8:** ¿Está de acuerdo que su emprendimiento es una fuente generadora de empleo?

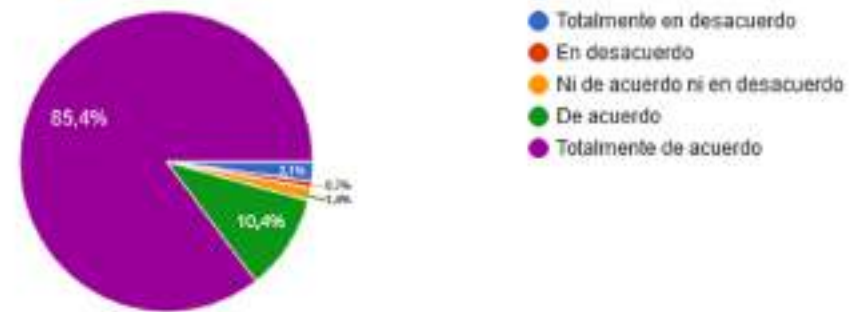
**Fig. 11. Fuente Generadora de Empleo**



**Análisis:** Este análisis sugiere que la mayoría de los emprendedores encuestados reconocen el papel fundamental de sus negocios como generadores de empleo en la comunidad local, subrayando la importancia de los emprendimientos en la creación de oportunidades laborales.

**Pregunta 9:** ¿Está de acuerdo que el gobierno local debe ofrecer capacitaciones que fortalezcan el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos del Cantón?

**Fig. 12. Capacitaciones**



**Análisis:** Este análisis sugiere que la gran mayoría de los emprendedores encuestados reconocen la importancia de la capacitación respaldada por el gobierno local como un medio efectivo para el crecimiento y desarrollo sostenible de los emprendimientos en el cantón.

**Pregunta 10:** Desde su punto de vista, ¿Está de acuerdo con que su emprendimiento incide en el crecimiento económico en el cantón Santa Lucía?

**Figura 13 Incidencia en el Crecimiento Económico**



**Análisis:** Se deduce que la mayoría de los emprendedores encuestados tienen una percepción positiva y confiada en el impacto económico de sus negocios en el desarrollo de la región, destacando la contribución que los emprendimientos locales hacen al crecimiento económico sostenible del cantón Santa Lucía.



Por lo tanto, mediante la obtención de los resultados de las encuestas realizadas a los emprendedores del cantón Santa Lucía revelan que el emprendimiento aporta de manera considerable, debido al crecimiento de los emprendimientos en los últimos 5 años, el hecho de abrir plazas de empleo contribuye significativamente en el crecimiento económico y el desarrollo local, mejorando así la calidad de vida de los habitantes del cantón.

#### 4. Conclusión

El proyecto de investigación se llegó a fundamentar desde las principales bases teóricas que fortalecen el emprendimiento y las bases teóricas del desarrollo económico, así como también Peter Drucker en la década de 1980 donde acuñó el término "entrepreneurship" que destaca la importancia de la innovación y gestión emprendedora, por otro lado surge la teoría del desarrollo económico local de Luis Rojas dando una perspectiva clara a esta investigación, así mismo surgieron conceptos que permitieron comprender con mayor claridad el término emprendimiento para esta investigación.

Por consiguiente, la investigación mixta, que incluyó encuestas realizadas a emprendedores y a funcionarios del GAD municipal proporciona una visión completa del panorama emprendedor

del cantón, mediante la entrevista contactamos que los emprendimientos en el cantón Santa Lucía han experimentado un notable crecimiento en los últimos 5 años, impulsados por la falta de oportunidades laborales y la búsqueda de superación personal. Destaca la contribución al desarrollo del cantón, especialmente en turismo, con el GAD implementando medidas para superar limitaciones económicas.

La diversidad de motivaciones, riesgos y estrategias financieras entre los emprendedores resalta la necesidad de abordar aspectos económicos, competitivos y de seguridad. Ambas fuentes coinciden en la importancia de la capacitación gubernamental, la percepción positiva del impacto económico de los emprendimientos y la esencialidad de eventos como ferias para el crecimiento empresarial.

Finalmente, aunque no se logró la aprobación estadística, los resultados de las encuestas indican que el 88,2% aceptan que sus emprendimientos constituyen una fuente generadora de empleo. Además, el 95,8% aprueban en que sus emprendimientos inciden positivamente en el crecimiento económico del cantón.

Estas respuestas sugieren un fuerte respaldo de la comunidad empresarial local a la idea de que el emprendimiento contribuye de manera significativa al

desarrollo y crecimiento económico a nivel local. Del levantamiento de información se concuerda en que estos emprendimientos han contribuido al desarrollo local, especialmente en términos económicos y turísticos, incidiendo de forma positiva en el desarrollo económico del cantón Santa Lucía.

#### 5. Referencias

- Aramendia. (2020). Fundamentos de marketing. Editorial Elearning, SL.
- Arévalo Martínez, J., & Armas Arévalos, E. (2019). PUEBLOS MÁGICOS: IMPLICACIONES PARA DELDESARROLLO LOCAL. Mexico. Obtenido de <https://ru.iiec.unam.mx/4730/1/3-079-Arevalo-Armas.pdf>
- Arteaga, V. (2019). La importancia de la innovación para el desarrollo de los países. Colombia.
- Avila Angulo, E. (10 de abril de 2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. Revista Investigación y Negocios, 32-48. Obtenido de <https://ingcomercial.edu.bo/revistainvestigacionynegocios/index.php/revista/article/view/126/136>
- Avila Angulo, E. (10 de Abril de 2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. Revista Investigación y Negocios. Obtenido de <https://ingcomercial.edu.bo/revistainvestigacionynegocios/index.php/revista/article/view/126/136>
- Azqueta Díaz de Alda, A. (2019). EL CONCEPTO DE EMPRENDEDOR: ORIGEN, EVOLUCIÓN.

Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/74177/E1%20concepto%20de%20emprendedor%20origen%2C%20evoluci%C3%B3n%20introducci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Durante%20los%20siglos%20XVI%20y,espera%20en%20esas%20nuevas%20tierras.>

Bueno Campos, E. (2022). Introducción a la organización de empresas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199359.pdf>

Calvo, & Aruguete. (2020). Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales. Siglo XXI Editores.

Canvas. (2024). Obtenido de <https://canvas.apps.chrome/>

Cañarte-Quimis, L. T., Marcillo-Marcillo, Y. L., Leones-Pico, J. N., & Márquez-Toala, A. L. (25 de

Ocrubre de 2020). El emprendimiento como estrategia o necesidad en el desarrollo productivo de Ecuador. Revista Científica FIPCAEC, 72-90. Obtenido de <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/297/523>

Castillo et.al. (2020). Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los

Mercados. INNOVA Research Journal, 1-21.

Chacón Arenas, E. (2019). El ciclo de vida del posicionamiento y el choque de las generaciones en el mercado del siglo XXI. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5116/511658275008/511658275008.pdf>

- Coba Torres, R., & Montaña Aldaz, S. (2024). Análisis sociopolítico de los escenarios post muerte cruzada en el proceso electoral del Ecuador. doi:DOI: <https://doi.org/10.32870/cl.v1i30.8032>
- Colás Téllez, O., & Pérez Rosell, R. (Mayo de 2022). El proceso de gestión del desarrollo local desde el ámbito universitario. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 50-54. Obtenido de <https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/358/379>
- Cootad. (16 de 01 de 2015). Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-10/CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf> COOTAD. (16 de 01 de 2015). Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-10/CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf> COPCI. (29 de 12 de 2010). CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf>
- Días de Alda, A. (2019). Análisis del concepto emprendedor y su incorporación al ámbito educativo. Análisis del concepto emprendedor y su incorporación al ámbito educativo. Ediciones Universidad de Salamanca, 57-80. doi:<http://dx.doi.org/10.14201/teri.19756>
- Dueñas, A. E., & Cedeño, S. d. (05 de Febrero de 2020). El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso. Manabí, Ecuador. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-emprentaci%C3%B3n/>
- Feria Avila, H., Matilla González, M., & Silverio Mantecón, L. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: didáctica y educación*, 11(3), 62-79. Obtenido de <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992/997>
- García Argueta, I. (25 de 09 de 2019). Investigación exploratoria, descriptiva, explicativa y correlacional. Obtenido de [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/108148/secme-1623\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/108148/secme-1623_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- García Leonard, Y., & Sorhegui Rodríguez, R. (2020). La teoría de los recursos y capacidades como fundamento metodológico para el estudio de la gestión de la innovación empresarial. Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/304/234> GEM. (2019). Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/ecuador-2>
- GEM. (2023). Obtenido de <https://gem.ufm.edu/presentacion/gem-2023/#~:text=Global%20Entrepreneurship%20Monitor%20GEM%202022%20E2%80%932020,23%20Descargar,extenso%20estudio%20sobre%20el%20emprendimiento%20a%20nivel%20mundial>
- Guillén Valencia, Á. D., Tussie Contreras, N., López Aguilar, D., Montiel Morales, D., Oivares y Larraguivel, D. J., Pasquel Robles, R., & Ferrer Almazán, A. (2020). De emprendedor a empresario: Haga que su negocio; Sea negocio! México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://books.google.com.ec/s?id=j3mSDwAAQBAJ&lpq=PP1&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Heredia. (2020). COMT040PO-Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial. Editorial Elearning, SL.
- Herruzo-Gómez, E., Hernández-Sánchez, B., Cardella, G. M., & Sánchez-García, J. C. (2019). Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Josean Muñoz. (10 de 9 de 2020). Obtenido de <https://negociosyempresa.com/causas-fracaso-del-emprendedor/#~:text=15%20causas%20del%20fracaso%20del%20emprendedor%201%201,...%208%20Crecimiento%20excesivo%20...%20M%C3%A1s%20elementos>
- Kaufmann, J.-C. (2021). La entrevista comprensiva (Dado Ediciones ed.). Dado Ediciones. Obtenido de <https://blogs.cuartocanal.es/dadoediciones/files/2021/06/La-entrevista-comprensiva-introduccio%CC%81n.pdf>
- León, M. (13 de Enero de 2024). Obtenido de Blog de Pueblos: <https://www.elsaltodiario.com/revista-pueblos/ecuador-una-guerra-interna-sembrada-dudas>
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (20 de 02 de 2020). LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf)
- LOEPS. (23 de Octubre de 2018). Obtenido de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-02/Documento\\_Ley-Org%C3%A1nica-Econom%C3%ADa-Popular-Solidaria.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-02/Documento_Ley-Org%C3%A1nica-Econom%C3%ADa-Popular-Solidaria.pdf)
- Lopez, P. (2021). La publicidad en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de ropas del centro comercial la Uruguaya, distrito de Ayacucho, 2019. Peru.
- Martínez, E. (29 de 12 de 2023). Investigación documental. Obtenido de <https://www.significados.com/investigacion-documental/>
- Mata Solís, L. D. (28 de 05 de 2019). El enfoque cualitativo de investigación. Obtenido de Investigalia : <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/>
- Mata Solís, L. D. (21 de 05 de 2019). El enfoque cuantitativo de investigación. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cuantitativo-de-investigacion/>
- Ministerio de Finanzas del Ecuador . (20 de 10 de 2008). Obtenido de CODIGO ORGANICO DE PLANIFICACION Y FINANZAS PUBLICAS: [https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO\\_PLANIFICACION\\_FINAZAS.pdf](https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO_PLANIFICACION_FINAZAS.pdf)
- Morales Choque, A. (2019). Características de emprendimiento empresarial de estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Andina del Cusco, 2019. Peru.
- Mota, D. (12 de Diciembre de 2024). Entrevista a la administradora del centro comercial de Santa
- Lucia. (J. Rodriguez, & A. Almache, Entrevistadores)
- Mullo Parco, á. (2022). Los emprendimientos como alternativa de desarrollo local en el cantón
- Guamote, provincia de Chimborazo. Guamote-Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8862> Municipio de Santa Lucia. (2021).
- Muñoz. (2020). Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *Revista Innova ITFIP*, 50-69.
- Muñoz, T. G. (2023). El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación. Centro Universitario Santa Ana, Argentina. Obtenido de <https://es.scribd.com/presentation/524462268/El->

- Cuestionario-y-La-Encuesta Organización de Naciones Unidas. (2022). ONU. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/#:~:text=El%20Objetivo%208%20pretende%20promover,c%3%A1pita%20se%20desaceler%20en%202023.>
- Pastor, B. F. (2019). Población y muestra. Pueblo continente, 245-247.
- Pérez Paredes, A., Torres Flórez, D., Torralba Flores, A., & Salgado Cifuentes, W. (30 de Abril de 2020). Características y elementos del fenómeno emprendedor en Villavicencio, Colombia. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 1-9. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4096/409663283005/html/>
- Pérez Rosales, A. (01 de Septiembre de 2023). Análisis de la proporcionalidad del impuesto predial en el Gobierno Autónomo descentralizado de Guayaquil. Obtenido de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/6026/html> Prefectura del Guayas. (28 de 11 de 2023). Obtenido de <https://guayas.gob.ec/cantones-2/santa-lucia/primicias.9> (9 de Febrero de 2024). Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/politica/asamblea-iva-daniel-noboa/>
- Proaño Chaca, S. A., Quiñonez Alvarado, E. S., Molina Villacís, C. J., & Mejía Flores, O. G. (2019). Desarrollo económico local en Ecuador: Relación entre producto interno bruto y sectores económicos. Revista de ciencias sociales, 82-98. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28065583005/html>
- Proaño Chaca, S., Quiñonez Alvarado, E., Molina Villacís, C., & Mejía Flores, O. (2019). Relación entre producto interno bruto y sectores económicos. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28065583005/html>
- Quiñonez-Cabeza, B. M., López-Pérez, P. J., Salgado-Ortiz, P. J., & Vernaza-Corozo, N. C. (10 de Abril de 2023). Las barreras que enfrentan las PYMES en La Concordia y cómo superarlas. Polo del Conocimiento, 8(04), 978-990. doi:10.23857/pc.v8i2
- Rey, F. (2021). Obtenido de <https://gea.lat/descubre-el-enfoque-descriptivo-su-importancia-y-aplicaciones/> Rhoton, S. (17 de 11 de 2023). Investigación de campo. Obtenido de <https://www.significados.com/investigacion-de-campo/>
- Robles Pastor, B. F. (2019). Población y muestra. Pueblo continente, 30(1), 245-247. Obtenido de <http://journal.upao.edu.pe/PuebloContinente/article/view/1269/1099#>
- Rodríguez-Mendoza, R. L., & Aviles-Sotomayor, V. M. (11 de Agosto de 2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. 593 Digital Publisher, 192-200. Obtenido de [https://www.593dp.com/index.php/593\\_Digital\\_Publisher/article/view/337](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/337)
- Salas Ocampo, D. (4 de Junio de 2019). El enfoque mixto de investigación: algunas características. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion/>
- Secretaría Nacional de Planificación. (2021). Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación : <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>
- Sempértégui, B. (12 de Enero de 2023). ConexiónPuce. Obtenido de <https://conexion.puce.edu.ec/los-desafios-economicos-de-ecuador-en-2023/#%C2%BFQu%C3%A9%20Influencias%20Externas%20Nos%20afectan%20Como%20pa%C3%ADs?>
- Semplades. (2021). Obtenido de <https://www.iste.edu.ec/wp-content/uploads/2022/08/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2021-2025.pdf>
- Semplades. (05 de 01 de 2021). Obtenido de [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Lineamientos\\_y\\_directrices\\_planificaci%C3%B3n\\_ordenamiento\\_territorial.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Lineamientos_y_directrices_planificaci%C3%B3n_ordenamiento_territorial.pdf)
- Senplades. (05 de 01 de 2017). Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- SNI. (3 de Enero de 2023). Obtenido de [https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0960002000001\\_PDyOT%20SANTA%20LUC%C3%8DA%202014\\_2025\\_ACTUALIZADO\\_2016-16-04-2016\\_11-52-35.pdf](https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0960002000001_PDyOT%20SANTA%20LUC%C3%8DA%202014_2025_ACTUALIZADO_2016-16-04-2016_11-52-35.pdf)
- Solórzano-López, M. A., & Verduga-Pino, A. M. (2021). El emprendimiento y su relación con el desarrollo local de la parroquia Bachillero, cantón Tosagua, provincia de Manabí. Polo del Conocimiento, 170-196.
- Solórzano-López, M., & Verduga-Pino, A. (09 de Noviembre de 2021). El emprendimiento y su relación con el desarrollo local de la parroquia Bachillero, cantón Tosagua, provincia de Manabí.
- Polo del Conocimiento, 6(11), 170-196. doi:10.23857/pc.v6i11.3261
- SRI. (31 de 12 de 2021). SRI. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/rimpe>
- Tassara Salvati, C. (2021). ¿Qué factores son clave para generar un ecosistema emprendedor universitario? Obtenido de <https://orcid.org/0000-0001-6227-5243>
- Torres Granadillo, F., & Briones Mendoza, X. (2019). Innovación y emprendimiento en la sostenibilidad del desarrollo económico local. SAPIENTIAE. Revista de Ciencias Sociales, Humanas e Ingenharias, 4(2), 294-305. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5727/572761148006/572761148006.pdf>

## EL IMPACTO DE LOS PROCESOS EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES DE GUAYAQUIL: HACIA LA EFICIENCIA TECNOLÓGICA

### THE IMPACT OF PROCESSES ON THE COMPETITIVENESS OF MSMEs IN GUAYAQUIL: TOWARDS TECHNOLOGICAL EFFICIENCY

*Roddy Cabezas Padilla, Jorge Merchán Riera, Carlos Mora Espinoza*

*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

El artículo investiga cómo la falta de procesos estructurados y definidos afecta negativamente la competitividad de las MIPYMES en Guayaquil. En un contexto de competencia intensa y recursos limitados, las empresas locales suelen descuidar la optimización de procesos, lo que genera ineficiencias y dificultades para adoptar tecnologías que podrían mejorar su rendimiento. El estudio utiliza un instrumento de encuesta aplicado a líderes de operaciones y tecnología en diversas MIPYMES, con el objetivo de identificar los procesos críticos, su relación con la tecnología y su impacto en la competitividad. Los resultados permiten establecer recomendaciones sobre cómo priorizar procesos clave y maximizar el impacto de las inversiones tecnológicas, para generar una ventaja competitiva sostenible.

**Palabras clave:** Competitividad, MIPYMES, Procesos, Tecnología, Gestión de Clientes

#### Abstract

This article investigates how the lack of structured and well-defined processes negatively impacts the competitiveness of MSMEs in Guayaquil. In a context of intense competition and limited resources, local businesses often overlook process optimization, leading to inefficiencies and difficulties in adopting technologies that could improve their performance. The study employs a survey instrument applied to leaders in operations and technology across various MSMEs, aiming to identify critical processes, their relationship with technology, and their impact on competitiveness. The results will offer recommendations on how companies can prioritize key processes to maximize the impact of technological investments, creating a sustainable competitive advantage.

**Keywords:** Competitiveness, MSMEs, Processes, Technology, Customer Management



## 1. Introducción

El desempeño competitivo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en América Latina, y específicamente en Guayaquil, está profundamente influenciado por la estructura y gestión de sus procesos internos. Estas empresas representan una parte significativa de la economía, generando empleo y contribuyendo al crecimiento económico regional.

Sin embargo, muchas MIPYMES carecen de procesos estructurados que les permitan operar con eficiencia y adaptarse rápidamente a las demandas del mercado. La falta de procesos bien definidos a menudo conduce a ineficiencias operativas, lo que se traduce en un uso inadecuado de los recursos y en una incapacidad para implementar tecnologías que mejoren el rendimiento organizacional.

El entorno competitivo en Guayaquil es cada vez más exigente. Las empresas locales deben enfrentarse a la competencia no solo a nivel nacional, sino también con productos y servicios importados de otros mercados globales.

Esta presión obliga a las MIPYMES a buscar estrategias que mejoren su productividad y competitividad. Entre las estrategias más efectivas, la gestión por procesos ha demostrado ser fundamental para mejorar la

eficiencia operativa. Al adoptar procesos bien definidos, las empresas pueden optimizar sus recursos, reducir tiempos de respuesta y mejorar la satisfacción del cliente. Barrios-Hernández et al.

(2019) sostienen que la gestión por procesos en las MIPYMES es un factor diferenciador, permitiendo a las empresas no solo mejorar sus operaciones, sino también generar valor agregado para sus clientes a través de tiempos de entrega más rápidos y una mayor calidad en los servicios.

La adopción de procesos estructurados también permite a las empresas ser más flexibles y resilientes frente a los cambios del mercado. Las MIPYMES que logran alinear sus procesos internos con las necesidades del mercado tienen una ventaja competitiva significativa, ya que pueden adaptarse más rápidamente a los cambios en la demanda, los costos operativos y las condiciones del entorno.

La implementación de procesos eficientes no solo mejora la operatividad interna, sino que también facilita la toma de decisiones estratégicas que pueden impulsar el crecimiento y la expansión a nuevos mercados.

Por otro lado, la adopción de tecnología es un elemento clave para que las MIPYMES de Guayaquil puedan competir en un entorno globalizado. La tecnología facilita la automatización de tareas

repetitivas, la gestión eficiente de la información y la toma de decisiones basadas en datos. Sin embargo, el nivel de adopción tecnológica en muchas MIPYMES sigue siendo bajo. Esto se debe, en gran medida, a las barreras financieras, la falta de capacitación y la resistencia al cambio.

Las empresas que no logran integrar tecnología de manera efectiva en sus procesos corren el riesgo de quedar rezagadas frente a sus competidores más avanzados tecnológicamente. No obstante, cuando las MIPYMES logran superar estas barreras y adoptar tecnología de manera eficaz, los beneficios son considerables.

La tecnología no solo optimiza los procesos operativos, sino que también mejora la relación con los clientes, permite una mayor precisión en el control de calidad y facilita la expansión del negocio a través de plataformas digitales. Un estudio de Sánchez et al.

(2016) señala que las empresas que invierten en la mejora de sus procesos mediante la incorporación de tecnología no solo mejoran su productividad, sino que también generan una cultura organizacional orientada hacia la mejora continua.

Este estudio tiene como objetivo evaluar el impacto que la estructuración de procesos y la gestión de clientes tienen

sobre la competitividad de las MIPYMES en Guayaquil. Al examinar el papel de la tecnología como un facilitador de la eficiencia empresarial, se pretende proporcionar recomendaciones prácticas sobre cómo las MIPYMES pueden priorizar los procesos clave y maximizar el impacto de sus inversiones tecnológicas.

El estudio espera demostrar que, al implementar procesos estructurados y adoptar tecnología, las MIPYMES pueden generar el camino hacia una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

## 2. Metodología

La metodología de este estudio se ha diseñado para evaluar cómo la estructura de procesos, la gestión de clientes y la adopción de tecnología influyen en la competitividad de las MIPYMES en Guayaquil. Para lograr este objetivo, se ha desarrollado un enfoque cuantitativo que permitirá recolectar y analizar datos de manera sistemática, utilizando una encuesta estructurada como el principal instrumento de recolección.

### Población y Muestra

La población objetivo del estudio está constituida por MIPYMES ubicadas en la ciudad de Guayaquil, que operan en diferentes sectores clave de la economía. Estas empresas representan



una parte fundamental del tejido empresarial en la región y juegan un rol crítico en el desarrollo económico local. Los sectores de actividad que se consideran en este estudio incluyen:

- **Comercial:** Empresas dedicadas a la venta y distribución de bienes y servicios. Este sector es particularmente relevante en Guayaquil debido a su dinamismo y su impacto en la economía local.

- **Alimentos y Bebidas:** Empresas dedicadas a la producción, procesamiento y distribución de alimentos y bebidas. Estas empresas son esenciales debido a la demanda constante y la necesidad de procesos eficientes para garantizar la calidad y seguridad alimentaria.

- **Manufactura:** Empresas involucradas en la transformación de materias primas en productos terminados. Este sector es clave para la competitividad industrial de la región y tiene un alto potencial de crecimiento.

- **Servicios:** Empresas que proveen servicios profesionales, técnicos o de atención directa al cliente, un sector con alta demanda en Guayaquil.

- **Otros Sectores:** Se incluyen empresas que, aunque no encajen específicamente en las categorías anteriores, operan dentro del ecosistema de las MIPYMES de Guayaquil. La muestra seleccionada para este estudio está compuesta

por 50 empresas, elegidas de manera **intencional y no probabilística**. La selección de estas empresas se realizó mediante contactos con cámaras de comercio, asociaciones empresariales y redes sectoriales en Guayaquil, asegurando así que la muestra represente una diversidad adecuada en términos de tamaño y sector de actividad. Se ha optado por esta técnica de muestreo con el fin de obtener un análisis detallado y manejable dentro del marco del estudio, con una representación balanceada de los sectores más relevantes en la economía local.

#### Justificación de la Muestra

La selección de una muestra de 50 empresas responde a la necesidad de obtener una representación adecuada dentro del contexto empresarial de Guayaquil. Si bien una muestra mayor podría generar un análisis más exhaustivo, se consideró que 50 empresas serían suficientes para obtener resultados representativos y, al mismo tiempo, manejables dentro de los recursos y tiempo disponibles para el estudio. Esta muestra permite observar tendencias generales sin sacrificar el nivel de detalle en el análisis.

Al utilizar un muestreo intencional y no probabilístico, se garantizó que las empresas seleccionadas provengan de sectores clave de la economía guayaquileña, y que incluyan una

variedad de tamaños y enfoques comerciales. Las empresas más pequeñas pueden enfrentarse a desafíos distintos en comparación con las de mayor tamaño, lo que justifica la importancia de incluir una muestra diversa.

#### Instrumento de Recolección de Datos

El instrumento utilizado para la recolección de datos fue una encuesta estructurada, diseñada específicamente para evaluar los procesos, la gestión de clientes, la capacitación, el uso de tecnología y el impacto en la competitividad de las MIPYMES. El cuestionario consta de 19 preguntas cerradas, distribuidas en seis secciones principales:

#### Sección 1: Datos Generales

1. Nombre de la Empresa:
2. Cargo del Encuestado:
3. Número de empleados:
  - o a) Menos de 10
  - o b) 10-50
  - o c) 51-100
  - o d) Más de 100
4. Sector de actividad:
  - o a) Manufactura
  - o b) Servicios
  - o c) Comercio
  - o d) Alimentos y Bebidas
  - o e) Otro

#### Sección 2: Procesos Críticos y Gestión Empresarial

5. ¿Qué tan estructurados están los procesos en su empresa?
  - o a) Muy estructurados
  - o b) Medianamente estructurados
  - o c) Poco estructurados
  - o d) No están estructurados
6. ¿Con qué frecuencia revisa y mejora su empresa los procesos clave?
  - o a) Cada 6 meses o menos
  - o b) Cada año
  - o c) Solo cuando hay problemas
  - o d) No se revisan
7. ¿Qué tan prioritaria es la mejora de procesos en su empresa?
  - o a) Muy prioritaria
  - o b) Medianamente prioritaria
  - o c) Poco prioritaria
  - o d) No es prioritaria
8. ¿Qué métodos utiliza su empresa para mejorar los procesos?
  - o a) Manuales de procedimientos
  - o b) Sistemas de gestión de calidad
  - o c) Consultoría externa
  - o d) No utiliza métodos específicos

### Sección 3: Gestión de Clientes

9. ¿Qué tan importante es la retroalimentación de los clientes para mejorar sus procesos?

- o a) Muy importante
- o b) Medianamente importante
- o c) Poco importante
- o d) No es importante

10. ¿Con qué frecuencia obtiene retroalimentación de sus clientes?

- o a) Cada mes
- o b) Cada 3-6 meses
- o c) Una vez al año
- o d) No se obtiene retroalimentación

11. ¿Cómo utiliza su empresa la retroalimentación de los clientes para mejorar?

- o a) Para ajustar procesos y productos
- o b) Solo para ajustar productos
- o c) No se utiliza formalmente
- o d) No se recibe retroalimentación

### Sección 4: Capacitación del Personal

12. ¿Con qué frecuencia capacita su empresa al personal en mejora de procesos?

- o a) Cada 6 meses o menos
- o b) Cada año
- o c) Solo cuando hay problemas

o d) No se realiza capacitación

13. ¿Qué tan alineada está la capacitación con los procesos críticos (producto y/o servicio) de la empresa?

- o a) Muy alineada
- o b) Medianamente alineada
- o c) Poco alineada
- o d) No está alineada

14. ¿Qué áreas de capacitación considera prioritarias para mejorar el desempeño de su empresa?

- o a) Gestión de procesos
- o b) Atención al cliente
- o c) Uso de tecnología
- o d) Desarrollo de liderazgo

### Sección 5: Uso de Tecnología

15. ¿Qué tan importante considera la implementación de tecnología para mejorar los procesos en su empresa?

- o a) Muy importante
- o b) Medianamente importante
- o c) Poco importante
- o d) No es importante

16. ¿Qué tipo de tecnología ha implementado en los últimos dos años?

- o a) Software de gestión (ERP, CRM, etc.)
- o b) Hardware especializado
- o c) Soluciones en la nube

o d) No ha implementado tecnología

o e) Otro (especificar):

17. ¿Qué obstáculos ha encontrado su empresa para implementar tecnología?

- o a) Costos elevados
- o b) Falta de capacitación
- o c) Falta de claridad sobre necesidades tecnológicas
- o d) Resistencia al cambio
- o e) Otro (especificar):

### Sección 6: Impacto en la Competitividad

18. ¿Considera que mejorar los procesos ha incrementado la competitividad de su empresa?

- o a) Sí, significativamente
- o b) Sí, moderadamente
- o c) Poco
- o d) No ha mejorado

19. ¿Qué mejoras tangibles ha percibido en su empresa tras optimizar procesos?

- o a) Reducción de tiempos de entrega
- o b) Mejora en la satisfacción del cliente
- o c) Aumento en la eficiencia operativa
- o d) No ha percibido mejoras

### Análisis de Datos

Una vez recolectados los datos, se realizó un análisis utilizando estadística descriptiva, principalmente a través de frecuencias y porcentajes, con el fin de identificar patrones en las respuestas relacionadas con la estructura de los procesos, la gestión de clientes, la capacitación y el uso de la tecnología.

El análisis se centró en correlacionar la adopción de procesos estructurados con la competitividad de las MIPYMES, así como el papel que desempeña la tecnología en la mejora de los procesos operativos y de gestión.

Para facilitar la interpretación de los resultados, se prestó especial atención a las áreas en las que las MIPYMES mostraron debilidades o barreras, como la resistencia al cambio o los costos asociados con la implementación de tecnología. Además, se utilizaron análisis cruzados para observar cómo la capacitación y la tecnología afectan el rendimiento en términos de eficiencia operativa y satisfacción del cliente.

El análisis de datos también permitió obtener información valiosa sobre la relación entre la mejora de procesos y la competitividad, lo que proporciona una base sólida para la formulación de recomendaciones prácticas destinadas a mejorar el desempeño de las MIPYMES en Guayaquil.

### 3. Resultados

El presente estudio tiene como objetivo evaluar cómo la estructura de procesos, la gestión de clientes y la adopción de tecnología influyen en la competitividad de las MIPYMES de Guayaquil. A continuación, se presentan los resultados obtenidos a través de la encuesta estructurada aplicada a los líderes empresariales de diferentes sectores. Estos hallazgos proporcionan información clave sobre las áreas de mejora y las fortalezas actuales de las MIPYMES, permitiendo una mejor comprensión de cómo los procesos críticos, la capacitación y la tecnología contribuyen a su desempeño competitivo.

#### A. Procesos Críticos Identificados

- o El 65% de las empresas encuestadas consideran que la

atención al cliente y la logística son procesos críticos para su competitividad. Esto refleja la importancia de gestionar eficientemente la cadena de suministro y la interacción con los clientes, ambos factores clave para el éxito comercial en un entorno competitivo.

- o Un 25% de las empresas identifican la producción como un área clave de mejora.

**Conclusión:** Las MIPYMES de Guayaquil priorizan los procesos directamente relacionados con la satisfacción del cliente y la eficiencia logística. Sin embargo, la menor atención a la producción sugiere que este es un área donde podrían mejorar sus operaciones para ganar competitividad.

En el Gráfico 1 se presenta la distribución de los procesos críticos identificados por las empresas encuestadas. El 65% de las empresas consideran que la atención al cliente y la logística son procesos críticos, mientras que el 25% identifica la producción como un área clave de mejora.

#### B. Estructuración de Procesos

- o El 50% de las empresas indican tener procesos medianamente estructurados, mientras que el 30% afirman que sus procesos están poco estructurados.

**Conclusión:** Existe un reto importante en la estructuración de procesos, lo que puede representar una barrera significativa para la competitividad. La falta de procesos bien definidos, alineados y con bajo costo puede generar

ineficiencias operativas que limiten el crecimiento empresarial y reduzcan la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios del mercado.

#### C. Gestión de Clientes y Retroalimentación

- o El 55% de las empresas consideran que la retroalimentación de los clientes es muy importante para mejorar sus procesos, aunque solo el 35% la obtienen cada 3-6 meses.

**Conclusión:** Aunque la mayoría de las empresas valora la retroalimentación de los clientes, la frecuencia con la que la obtienen sigue siendo baja. Esto sugiere que hay una oportunidad de mejora significativa en la obtención y uso de la retroalimentación para ajustar los procesos de manera más efectiva.

**Gráfico 1: Distribución de Procesos Críticos Identificados en las MIPYMES de Guayaquil**

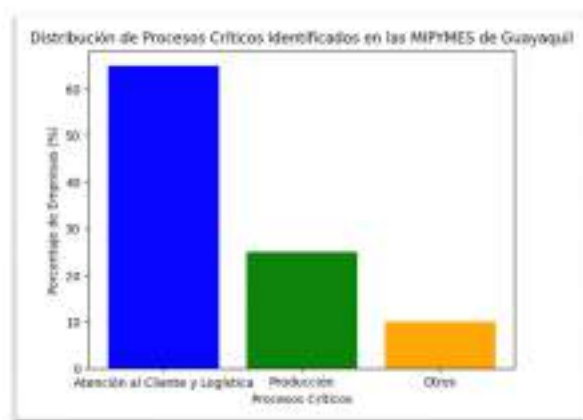


**Gráfico 2: Frecuencia de Retroalimentación de Clientes en las MIPYMES**



En el Gráfico 2 se muestra la frecuencia con la que las empresas obtienen retroalimentación de los clientes. Solo el 35% de las empresas obtienen retroalimentación cada 3-6 meses, lo que resalta la necesidad de mejorar este aspecto.

#### D. Capacitación del Personal

o El 45% de las empresas capacitan a su personal una vez al año, mientras que el 40% solo realizan capacitación cuando surge un problema específico. El 60% considera que la capacitación en gestión de procesos es prioritaria para el crecimiento empresarial.

**Conclusión:** La capacitación sigue siendo reactiva en muchas empresas, lo que sugiere la necesidad de un enfoque más preventivo y continuo para mejorar los procesos internos. La capacitación frecuente y alineada con los procesos críticos puede ser una estrategia clave para aumentar la competitividad a largo plazo.

#### E. Uso de Tecnología

o El 50% de las empresas han implementado software de gestión como ERP o CRM en los últimos dos años, mientras que los principales obstáculos incluyen los costos elevados (35%) y la falta de capacitación (25%).

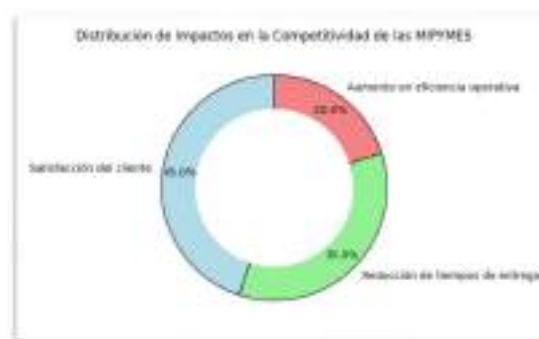
**Conclusión:** La implementación tecnológica es una prioridad para muchas empresas, pero las barreras financieras y la falta de capacitación ralentizan el proceso. La falta de alineación entre la inversión tecnológica y las capacidades del personal puede frenar la adopción efectiva de estas herramientas.

#### F. Impacto en la Competitividad

o El 60% de las empresas reportan mejoras significativas en la competitividad gracias a la optimización de procesos. Las mejoras incluyen una mayor satisfacción del cliente (45%) y la reducción de tiempos de entrega (35%).

**Conclusión:** La optimización de procesos está estrechamente relacionada con la mejora de la competitividad, lo que refuerza la importancia de invertir en la estructuración y mejora continua de los procesos.

**Gráfico 3: Distribución de Impactos en la Competitividad de las MIPYMES**



En el Gráfico 3 se presenta un gráfico de torta segmentada que muestra la proporción de impactos en la competitividad generados por la optimización de procesos. La mayor parte de las mejoras están relacionadas con la satisfacción del cliente (45%) y la reducción de tiempos de entrega (35%).

#### 4. Discusión

Los resultados obtenidos en este estudio proporcionan un panorama claro sobre los factores clave que afectan la competitividad de las MIPYMES de Guayaquil. Uno de los principales hallazgos es que los procesos críticos, como la atención al cliente y la logística, se consideran fundamentales para el éxito de las empresas. Este enfoque en los procesos orientados al cliente refleja la creciente importancia de la experiencia del cliente en mercados competitivos, donde la capacidad de retener y satisfacer a los clientes puede

determinar el éxito o el fracaso de una empresa.

Sin embargo, es preocupante que solo el 25% de las empresas identifiquen la producción como un área clave de mejora. Esto podría indicar que muchas MIPYMES están operando con sistemas de producción deficientes que no reciben la atención necesaria.

La falta de optimización en la producción puede afectar la eficiencia general de la empresa, lo que genera costos más altos y tiempos de respuesta más largos. Tal como señalan estudios previos, las empresas que priorizan la eficiencia en la producción junto con la atención al cliente tienden a obtener mejores resultados competitivos (Barrios-Hernández et al., 2019).

Otro aspecto crítico identificado es la estructuración de los procesos. Solo el 20% de las empresas reportaron tener procesos completamente estructurados, lo que refleja una brecha importante en la gestión operativa de las MIPYMES. La falta de procesos definidos no solo limita la eficiencia operativa, sino que también dificulta la adopción de nuevas tecnologías, lo que retrasa la modernización empresarial. De acuerdo con García et al. (2017), la falta de procesos claros es una de las barreras más significativas para la competitividad de las MIPYMES en economías emergentes.

El papel de la retroalimentación de los clientes también destaca como una oportunidad de mejora. Si bien muchas empresas consideran importante la retroalimentación, solo un porcentaje limitado la obtiene de manera regular. Esto significa que muchas empresas no están utilizando plenamente la información crítica que los clientes pueden proporcionar para ajustar y mejorar sus operaciones.

Según Sánchez et al. (2016), las empresas que integran la retroalimentación de los clientes en sus procesos de mejora continua logran una mayor satisfacción del cliente y una ventaja competitiva sostenida. La capacitación del personal también es un área que requiere mayor atención. El hecho de que una parte significativa de las empresas solo capacite a su personal cuando surgen problemas sugiere que la capacitación no se está viendo como una inversión estratégica.

Para las MIPYMES, la capacitación regular y orientada a los procesos críticos es fundamental para mantenerse competitivas, especialmente en un entorno donde la tecnología y los métodos de trabajo evolucionan rápidamente. Además, algunas empresas destinan su presupuesto a capacitaciones que no están directamente relacionadas con la productividad ni con la satisfacción del cliente, lo que genera un desgaste innecesario de recursos.

En términos de adopción tecnológica, aunque muchas empresas han comenzado a implementar software de gestión, la falta de capacitación y los altos costos continúan siendo obstáculos importantes. Este desafío es consistente con lo observado por el Mgs. Roddy Cabezas, consultor de procesos, quien destaca la importancia de alinear la tecnología con los procesos internos y capacitar adecuadamente a los empleados para que puedan aprovechar las herramientas tecnológicas:

"Una de las debilidades que tienen las MIPYMES ecuatorianas es la brecha de enfoque que hay entre la Gerencia General y el departamento de sistemas. Lo que se hizo fue identificar primero el enfoque de la Gerencia General para los próximos cinco años, y luego elaborar un diagnóstico de la situación del departamento de sistemas. Esto ayudó a identificar la brecha tecnológica y la inversión necesaria. Finalmente, pasaron de ser una MIPYME reactiva a una organización proactiva con una cultura de mejora continua orientada hacia la automatización de procesos." (Roddy Cabezas, 2024).

El comentario de Cabezas subraya la importancia de la planificación estratégica y la alineación de los procesos internos con la tecnología. Las MIPYMES que logran integrar sus departamentos de sistemas y gerencia general pueden superar barreras significativas y

convertirse en organizaciones más competitivas. La adopción de tecnología no debe verse como un simple costo, sino como una inversión a largo plazo que requiere planificación, capacitación y la adaptación de procesos clave.

Finalmente, el impacto de la optimización de procesos en la competitividad es claro. Las empresas que han optimizado sus procesos reportan mejoras significativas en términos de satisfacción del cliente y tiempos de entrega. Esto refuerza la necesidad de que las MIPYMES inviertan no solo en tecnología, sino también en la estructuración de procesos que les permita ser más ágiles y responder mejor a las demandas del mercado.

## 5. Conclusiones

Este estudio confirma que la estructuración de procesos es fundamental para la competitividad de las MIPYMES de Guayaquil. Las empresas que han invertido en definir y mejorar sus procesos operativos han logrado optimizar el uso de sus recursos y mejorar su capacidad de respuesta ante las demandas del mercado. Sin embargo, una proporción significativa de las MIPYMES sigue operando con procesos medianamente o poco estructurados, lo que limita su eficiencia y capacidad para adaptarse a un entorno dinámico. Esta falta de estructuración no solo genera ineficiencias, sino que también dificulta la integración de

tecnologías clave que podrían mejorar el rendimiento operativo de las empresas (Barrios-Hernández et al., 2019).

La retroalimentación de los clientes emergió como un área crítica que necesita mejoras continuas. Aunque el 55% de las empresas valoran la retroalimentación de los clientes como un factor importante para la mejora de procesos, solo una minoría la obtiene con la frecuencia necesaria para hacer ajustes efectivos.

Las MIPYMES que logran integrar de manera más sistemática la retroalimentación de sus clientes pueden ajustar sus operaciones y productos para satisfacer mejor las demandas del mercado, lo que se traduce en una ventaja competitiva (Sánchez et al., 2016). Se recomienda que las empresas implementen sistemas formales de captación de retroalimentación que les permitan tomar decisiones más informadas.

Otro hallazgo clave es la necesidad de capacitación continua. Los resultados muestran que la mayoría de las empresas solo capacitan a su personal cuando surgen problemas, lo que sugiere un enfoque reactivo en lugar de preventivo. La capacitación constante y alineada con los procesos críticos de la empresa es esencial para garantizar que los empleados estén preparados para enfrentar desafíos operativos y



tecnológicos. La implementación de un programa de capacitación regular podría mejorar significativamente la capacidad de las MIPYMES para mantenerse competitivas y adaptarse a los cambios tecnológicos y de mercado (García et al., 2017).

La adopción de tecnología también es un área prioritaria, pero enfrentada a importantes barreras. Aunque muchas empresas han comenzado a implementar herramientas tecnológicas como software de gestión (ERP, CRM), los costos elevados y la falta de capacitación siguen siendo obstáculos importantes. Esto refuerza la necesidad de que las MIPYMES enfoquen sus esfuerzos en seleccionar tecnologías que se ajusten a sus necesidades y recursos disponibles, además de garantizar la capacitación adecuada para su implementación y uso efectivo.

Como destacó Roddy Cabezas, consultor de procesos, la alineación entre tecnología, procesos y capacitación es crucial para que las PYMES pasen de ser organizaciones reactivas a proactivas, con una cultura de mejora continua orientada hacia la automatización de procesos (Cabezas, 2023).

En resumen, para mejorar su competitividad, se recomienda que las MIPYMES de Guayaquil enfoquen sus esfuerzos en tres áreas clave: la capacitación continua de su personal, la

integración de la retroalimentación de los clientes en sus procesos de mejora, y la inversión en tecnología adecuada a sus necesidades. La combinación de estas estrategias permitirá que las empresas optimicen sus operaciones, mejoren la satisfacción del cliente y aumenten su competitividad en un entorno altamente competitivo.

## 6. Referencias

- Barrios-Hernández, K., Contreras Salinas, J., & Olivero-Vega, E. (2019). La gestión por procesos en las MIPYMES de Barranquilla: Factor diferenciador de la competitividad organizacional. *Información Tecnológica*, 30(2), 103-114.
- Cabezas, R. (2024). Comentario personal, consultor de procesos.
- Díaz Matalobos, A., Lorenzo, O., & Solís, L. (2005). Procesos de negocios de PYMES insertas en redes colaborativas. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 34(1), 25-46.
- García, G., et al. (2017). Gestión de procesos empresariales en MIPYMES: Una herramienta para lograr competitividad. *Revista Espacios*, 38(52), 16.
- Matadamas Ramírez, L., Morgan Beltrán, J., & Díaz Nieto, E. (2015). Gestión por procesos como factor de competitividad de PYMES del sector industrial en el estado de Querétaro. *Memoria del IX*
- Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 816-832.
- Sánchez, et al. (2016). Gestión de procesos: Una metodología para la competitividad. *Ciencias Holguín*, 20(1), 10-19.

## EL ROL DE LOS PARQUES CIENTÍFICOS EN EL AVANCE DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN ECUADOR: UN ENFOQUE HACIA LA INNOVACIÓN

### THE ROLE OF SCIENCE PARKS IN THE ADVANCEMENT OF HIGHER EDUCATION IN ECUADOR: A APPROACH TOWARDS INNOVATION

*'Edgar Enrique Villalva Cárdenas, 'Giselle Lorena Núñez Núñez, 'Jessica Malena Yepes Holguín, 'Vivian Nicole Villalva Vásquez*  
*'Universidad de Guayaquil, 'Escuela Superior Politécnica del Litoral,*

#### Resumen

La investigación aborda el rol de los parques científicos en el avance de la educación superior en Ecuador, destacando su importancia para la innovación y el desarrollo académico. El objetivo principal es analizar cómo los parques científicos contribuyen a fortalecer la vinculación universidad-empresa, promover el emprendimiento, incrementar la producción científica y tecnológica, y desarrollar capacidades innovadoras mediante la formación de talento humano altamente cualificado. La metodología empleada fue de carácter cualitativo y se basó en una revisión bibliográfica de estudios, informes internacionales y artículos académicos publicados entre 2010 y 2023. El diseño metodológico incluyó el análisis de casos de parques científicos en Ecuador y a nivel global, con especial atención a experiencias exitosas en países desarrollados. Para sustentar el análisis, se utilizó el marco teórico de la Triple Hélice, que examina la interacción entre universidad, industria y gobierno como motor de innovación (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000). Los resultados revelan que los parques científicos en Ecuador tienen un gran potencial para impulsar el desarrollo de la educación superior, pero enfrentan desafíos relacionados con la falta de infraestructura, financiamiento y políticas de apoyo. Se identificaron avances incipientes en la vinculación universidad-empresa y la creación de startups universitarias, pero aún son necesarias reformas que mejoren estos procesos. Este estudio concluye que los parques científicos pueden convertirse en catalizadores del crecimiento económico y del avance educativo en Ecuador, siempre que se fortalezcan los vínculos entre los actores clave y se desarrollen estrategias de innovación sostenibles.

**Palabras clave:** Parque Científico, Educación Superior, Innovación, Desarrollo, Ecuador

#### Abstract

The research addresses the role of science parks in advancing higher education in Ecuador, highlighting their importance for innovation and academic development. The main objective is to analyze how science parks contribute to strengthening university-business linkage, promoting entrepreneurship, increasing scientific and technological production, and developing innovative capacities through the training of highly qualified human talent. The methodology employed was qualitative and was based on a bibliographic review of studies, international reports, and academic articles published between 2010 and 2023. The methodological design included case analysis of science parks in Ecuador and globally, with special attention to successful experiences in developed countries. To support the analysis, the theoretical framework of the Triple Helix was used, which examines the interaction between university, industry, and government as a driver of innovation (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000). The results reveal that science parks in Ecuador have great potential to boost the development of higher education but face challenges related to a lack of infrastructure, funding, and supportive policies. Initial advances in university-business linkage and the creation of university startups were identified, but reforms are still needed to improve these processes. This study concludes that science parks can become catalysts for economic growth and educational advancement in Ecuador, provided that the links between key actors are strengthened and sustainable innovation strategies are developed.

**Keywords:** Science Park, Higher Education, Innovation, Development, Ecuador

## 12. Introducción

En las últimas décadas, los parques científicos han emergido como actores clave en el desarrollo económico y social de muchas regiones del mundo, desempeñando un papel fundamental en la articulación entre la academia, la investigación y el sector productivo, estos han surgido como ecosistemas innovadores que promueven la interacción entre la academia, la industria y el gobierno.

En este contexto, el presente estudio se centra en analizar el rol de los parques científicos en el avance de la educación superior en Ecuador, con un enfoque particular en su contribución a la generación de innovación.

Diversas investigaciones a nivel mundial han demostrado el impacto positivo de los parques científicos en la estimulación de la investigación, el desarrollo de nuevas tecnologías y la creación de empresas basadas en el conocimiento (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000; Acs & Audretsch, 2003).

Sin embargo, en el caso de Ecuador, la literatura especializada aún es limitada, lo que evidencia la necesidad de profundizar en el análisis de este fenómeno, es importante mencionar que en nuestro país estos espacios han comenzado a tomar relevancia dentro del ecosistema de educación

superior e innovación, creando nuevas oportunidades para el avance académico y científico. Este estudio tiene como objetivo analizar el impacto que los parques científicos ejercen en la educación superior en Ecuador, con un enfoque en su capacidad para fomentar la innovación y la transferencia de conocimiento.

El concepto de parques científicos, surgido inicialmente en los Estados Unidos y Europa en los años 50, ha sido replicado en diversas partes del mundo. En América Latina, y particularmente en Ecuador, la implementación de estos centros de innovación ha sido más reciente y se encuentra aún en fases de desarrollo. Investigaciones internacionales han demostrado que los parques científicos son motores del crecimiento regional, potenciando la capacidad investigativa de las universidades y generando entornos colaborativos entre la industria y el ámbito académico (Link & Siegel, 2005; Phan et al., 2005).

No obstante, en Ecuador, el análisis de su contribución específica a la educación superior es escaso, lo que presenta una brecha en la literatura. A nivel local, algunas investigaciones previas han comenzado a explorar el papel que los parques científicos pueden desempeñar en la educación superior. Por ejemplo, García y Pérez (2018) han analizado la relación entre los parques científicos y las

universidades en la formación de redes de conocimiento en Quito, mientras que Zambrano (2020) ha estudiado la innovación en centros tecnológicos en la región de la Sierra. Sin embargo, estos estudios se enfocan principalmente en el impacto tecnológico y económico, dejando un vacío sobre su influencia directa en el desarrollo académico y la calidad educativa de las instituciones de educación superior.

Desde el punto de vista teórico, este trabajo se fundamenta en la teoría de la triple hélice (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000), que enfatiza la interacción entre el gobierno, la academia y la industria como motor del desarrollo socioeconómico basado en la innovación.

En este sentido, los parques científicos se configuran como espacios físicos donde estas tres esferas convergen para generar dinámicas de colaboración que potencien la investigación y la educación superior. Este enfoque será complementado con teorías sobre capital intelectual (Stewart, 1997) y redes de conocimiento (Powell et al., 1996), que subrayan la importancia de la creación de capital humano y la transferencia de saberes como motores de la competitividad y el crecimiento académico.

La presente investigación no solo se enfoca en identificar los principales desafíos y oportunidades que enfrentan

los parques científicos en Ecuador, sino también en cómo estos pueden convertirse en catalizadores para la mejora de la educación superior, haciendo hincapié en el desarrollo de nuevas capacidades investigativas, programas académicos innovadores y una mayor conexión entre la academia y las demandas del sector productivo.

Las Universidades o Institutos Tecnológicos de cualquier país son las Instituciones encargadas de propiciar el nacimiento y desarrollo de las ideas y propuestas de emprendimientos con bases tecnológicas que finalmente se convertirán en empresas las cuales contribuyen a la innovación y desarrollo de una sociedad.

Actualmente en Ecuador existe un "divorcio" entre la universidad, el estado y la industria. El trabajo y esfuerzo llevado a cabo por cada uno resulta irrelevante, al no ser de utilidad para su aplicación en los demás sectores. El presente estudio busca llenar el vacío investigativo existente al analizar de manera sistemática cómo los parques científicos en Ecuador pueden contribuir a:

- Fortalecer la vinculación universidad-empresa: Facilitando la transferencia de conocimiento y la generación de proyectos de investigación conjunta.

- Promover la cultura emprendedora: Estimulando la creación de startups y spin-offs universitarios.
- Incrementar la producción científica y tecnológica: A través de la creación de redes de colaboración y el acceso a infraestructura especializada.
- Desarrollar capacidades innovadoras: Fomentando la formación de talento humano altamente cualificado.

### 13. Metodología

La presente investigación emplea un enfoque cualitativo con un diseño bibliográfico-documental, orientado al análisis exhaustivo de información teórica y empírica disponible sobre el impacto de los parques científicos en el desarrollo de la educación superior, con un enfoque específico en Ecuador y un análisis comparativo a nivel internacional. El estudio se sustenta en una revisión sistemática de la literatura existente en fuentes como artículos científicos, libros, capítulos de libros, informes de consultoras internacionales, estudios de caso y documentos normativos, con el fin de proporcionar una visión integral sobre la temática.

El enfoque de esta investigación responde al paradigma interpretativo, el cual busca comprender en

profundidad el fenómeno de los parques científicos y su impacto en la educación superior ecuatoriana a partir de las interpretaciones y significados atribuidos por los actores involucrados.

En este caso, se explora el rol que los parques científicos desempeñan en el desarrollo académico, científico y económico, así como su capacidad para fomentar la innovación dentro del sistema de educación superior.

El método principal utilizado en este estudio es el análisis documental, basado en la recopilación y evaluación de información proveniente de estudios previos, artículos académicos, informes de organismos internacionales y casos de estudio de diferentes partes del mundo.

Se revisaron estudios de caso que analizan el impacto de parques científicos en diversas regiones, como el Silicon Valley en EE.UU., el Parque Científico de Barcelona en España, y Yachay en Ecuador. Estos casos aportan una perspectiva comparativa y ayudan a identificar mejores prácticas que pueden ser aplicadas en el contexto ecuatoriano.

El proceso de revisión se llevó a cabo mediante una búsqueda exhaustiva en bases de datos académicas como Scopus, Google Scholar, Web of Science y ScienceDirect, así como repositorios institucionales utilizando palabras clave

como "Parque Científico", "Educación Superior", "Innovación", y "Desarrollo". Se seleccionaron estudios publicados entre 2010 y 2023, con un enfoque en investigaciones que trataran específicamente sobre como los parques científicos influyen en el avance y la innovación en la educación superior de un país. Se analizó documentos oficiales de los parques científicos (planes estratégicos, informes anuales, etc.), así como documentos relacionados con políticas públicas de ciencia, tecnología e innovación en Ecuador.

El estudio también se apoyó en el enfoque teórico de la triple hélice (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000) y cuádruple hélice (Carayannis & Campbell, 2009), que resaltan y plantean el papel de los parques científicos como espacios de convergencia entre la academia, la industria el gobierno y la sociedad civil como clave para el desarrollo innovador.

Adicionalmente, se emplean elementos del enfoque de redes de conocimiento (Powell et al., 1996) y la teoría del capital intelectual (Stewart, 1997) para analizar cómo las interacciones entre universidades y parques científicos pueden generar entornos de aprendizaje e innovación en el contexto ecuatoriano.

Se adoptó también un enfoque basado en la teoría de los sistemas de innovación (Lundvall, 1992), la cual enfatiza la importancia de las interacciones entre

los diferentes actores del sistema (universidades, empresas, gobierno) para generar innovación.

Para la recopilación y análisis de la información, se emplearon las siguientes técnicas e instrumentos: Fichas de lectura: Utilizadas para registrar información relevante de los artículos científicos, informes y estudios de caso seleccionados. Se organizó la información en categorías que incluyeran temas como innovación, desarrollo académico, y colaboración entre universidad e industria.

Matriz de análisis documental: Se utilizó una matriz que permitió comparar y contrastar los hallazgos obtenidos de diferentes fuentes. Esta matriz facilitó la identificación de patrones, tendencias y vacíos en la investigación existente sobre el tema.

Análisis de contenido: Se realizó un análisis cualitativo del contenido de los documentos seleccionados, enfocándose en identificar conceptos clave, como "innovación", "transferencia de conocimiento" y "educación superior", para establecer relaciones entre los parques científicos y su rol en la educación.

Revisión sistemática: Se realizó una revisión exhaustiva de la literatura entre 2010 y 2023, delimitando el rango temporal para garantizar que las fuentes

utilizadas fueran relevantes y actuales en relación con las políticas y prácticas de innovación y educación superior.

#### 14. Resultados

Elaborar los hallazgos y resultados de la investigación bibliográfica sobre el rol de los parques científicos en Ecuador es un paso crucial para comprender su impacto en la educación superior y la innovación. A continuación, se presenta una estructura propuesta para los resultados con un enfoque en el rol de los parques científicos en Ecuador y a nivel internacional, considerando cuatro aspectos fundamentales:

##### **Fortalecer la vinculación universidad-empresa: Proporcionando la transferencia de conocimiento y la generación de proyectos de investigación conjunta**

Uno de los principales hallazgos es que los parques científicos han demostrado ser actores clave en el fortalecimiento de la vinculación entre universidades y empresas, al facilitar la transferencia de conocimiento y la creación de proyectos conjuntos de investigación y desarrollo.

En regiones como Europa y América del Norte, se observan numerosos casos de éxito en los que los parques científicos han actuado como intermediarios entre el sector académico y el industrial, generando productos y servicios

innovadores a partir de investigaciones universitarias (Phan et al., 2005). En Ecuador, aunque este tipo de iniciativas aún se encuentran en desarrollo, el Parque Científico Yachay y otros proyectos emergentes en ciudades como Quito y Guayaquil muestran avances incipientes en esta área.

En el año 2008 la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) inicia la construcción del primer parque del conocimiento llamado Parcom conformado por 6 centros de investigación denominados CADS, CIDNA, CERA, CIBE, CTI y CIDIS. Iniciando sus funciones en el año 2009. El objetivo institucional para crear el parque fue incrementar el impacto de la realización y difusión de su investigación científica y desarrollo tecnológico, motivando a sus profesores, investigadores, personal y estudiantes a colaborar entre sí, y a formar parte de redes de investigación nacionales regionales e internacionales.

Los centros de investigación se enfocaron al estudio de áreas especializadas, además de crear grupos y laboratorios de investigación orientados a la generación de productos tangibles e intangibles resultantes de los proyectos y actividades de investigación, desarrollo e innovación. En el año 2017 Espol crea la ZEDE (Zona Especial de Desarrollo Económico) del litoral teniendo una inversión de 56 millones de dólares por parte del sector público y 100 millones

del sector privado. Las ZEDES son zonas especiales de desarrollo económico donde se otorgan beneficios tributarios para desarrollar nuevas actividades que no existían en el país tales como actividades enfocadas a la exportación y desarrollo tecnológico o logístico.

La ZEDE del litoral se ubica en el Campus Prosperina de la Espol en la ciudad de Guayaquil en una extensión de 160 Hectáreas. La ZEDE tiene un gran potencial pues de acuerdo a lo planificado permitirá fortalecer la industria nacional, sustituir importaciones, exportar a todo el continente lo cual contribuirá a generar empleo de calidad, incrementar la productividad mejorando la competitividad de la industria ecuatoriana.

Se ha identificado la necesidad de crear políticas públicas que incentiven la colaboración más estrecha entre las universidades y el sector privado. Estos esfuerzos deben orientarse a facilitar la transferencia de tecnología, promover acuerdos de propiedad intelectual y fomentar la investigación aplicada, lo que permitirá que las empresas puedan beneficiarse directamente de los avances científicos generados en las universidades (OCDE, 2016).

Los parques científicos en Ecuador podrían facilitar la transferencia de conocimiento entre universidades y empresas a través de: Proyectos de

investigación conjunta: Colaboraciones en proyectos de I+D que abordan problemáticas reales del sector productivo.

Programas de mentoría: Asesoramiento de expertos empresariales a investigadores y estudiantes universitarios. Centros de transferencia de tecnología: Unidades especializadas en la protección de la propiedad intelectual y la comercialización de resultados de investigación. Generación de proyectos de investigación conjunta: Los parques científicos han sido catalizadores de la creación de proyectos de investigación conjunta, fomentando la co-creación de conocimiento y la resolución de problemas de manera colaborativa.

Creación de redes de colaboración: Los parques científicos han promovido la creación de redes de colaboración entre universidades, empresas y otros actores del ecosistema de innovación, facilitando el intercambio de conocimientos y experiencias.

##### **Promover la cultura emprendedora: Estimulando la creación de startups y spin-offs universitarios**

La promoción de una cultura emprendedora es otro de los aspectos clave observados en los estudios analizados. En parques científicos consolidados, como en el caso de Silicon



Valley, se ha logrado crear un ecosistema dinámico que impulsa la creación de startups y spin-offs universitarios. Estas empresas derivadas de investigaciones académicas son fundamentales para transformar el conocimiento en aplicaciones comerciales, lo que a su vez contribuye al crecimiento económico y al desarrollo tecnológico (Link & Siegel, 2005).

Los parques científicos en Ecuador podrían promover la cultura emprendedora a través de: La creación de startups y spin-offs universitarios: Los parques científicos han proporcionado un entorno propicio para la creación de nuevas empresas basadas en el conocimiento, ofreciendo servicios de incubación, aceleración y financiamiento.

El desarrollo de competencias emprendedoras: A través de programas de formación y capacitación, los parques científicos han contribuido a desarrollar competencias emprendedoras en estudiantes, investigadores y personal académico. Fomentar una cultura de innovación: Los parques científicos han promovido una cultura de innovación al interior de las universidades, incentivando la generación de ideas y su transformación en productos y servicios. En Ecuador, de acuerdo a lo investigado se revela que, si bien se han realizado esfuerzos para fomentar el emprendimiento universitario, la

creación de startups aún es limitada debido a, factores como la falta de incentivos financieros y la escasa cultura emprendedora dentro de las instituciones de educación superior. Sin embargo, los parques científicos pueden jugar un papel central en este proceso, proporcionando el entorno adecuado y los recursos necesarios para que los estudiantes e investigadores transformen sus ideas en empresas exitosas. La colaboración con incubadoras y aceleradoras de empresas, así como el acceso a capital de riesgo, serán cruciales para fortalecer este ámbito en el país (García & Pérez, 2018).

#### **Incrementar la producción científica y tecnológica: mediante de la creación de redes de colaboración y el acceso a infraestructura especializada**

El incremento de la producción científica y tecnológica plasmada en publicaciones es uno de los objetivos fundamentales de los parques científicos a nivel global. La indagación bibliográfica muestra que el acceso a infraestructura especializada de investigación de gran calidad como laboratorios de alta tecnología y centros de investigación de última generación, es un factor decisivo para potenciar la calidad y cantidad de investigaciones científicas. Además, la creación de redes de colaboración entre universidades, centros de investigación y empresas a nivel internacional facilitar

la colaboración entre investigadores, el intercambio de conocimientos y la ejecución de proyectos conjuntos que contribuyen al avance científico (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000).

Los parques científicos en Ecuador podrían promover la: Generación de patentes: Los parques científicos contribuyen a un aumento en el número de patentes registradas y publicaciones científicas indexadas. Creación de redes de colaboración internacional: Los parques científicos facilitarían la participación de investigadores ecuatorianos en redes de colaboración internacionales, fortaleciendo la visibilidad de la investigación nacional.

A pesar de lo indicado, de acuerdo a lo investigado en Ecuador la infraestructura científica aún se encuentra en fase de consolidación, lo que representa un reto para incrementar la producción científica. Sin embargo, la creación de redes de colaboración entre parques científicos internacionales y locales ha comenzado a generar efectos positivos. La colaboración con universidades extranjeras y la participación en programas internacionales de investigación están ayudando a elevar los niveles de producción científica, pero es necesario mejorar el acceso a infraestructuras especializadas para maximizar este potencial (UNESCO, 2019).

#### **Desarrollar capacidades innovadoras: Fomentando la formación de talento humano altamente cualificado**

El desarrollo de capacidades innovadoras a través de la formación de talento humano altamente cualificado es un aspecto esencial que los parques científicos promueven. A nivel global, los parques científicos han jugado un papel fundamental en la creación de programas académicos especializados que se alinean con las necesidades del mercado y las demandas de la industria. Esta formación permite que los estudiantes adquieran habilidades prácticas y conocimientos avanzados, preparando a una nueva generación de profesionales e investigadores con capacidades para enfrentar los retos de la innovación (Stewart, 1997).

Los parques científicos podrían atraer a investigadores y emprendedores internacionales, enriqueciendo el ecosistema de innovación y fortaleciendo la capacidad de absorción tecnológica, así como proporcionar herramientas y metodologías para la gestión de la innovación, tanto a nivel institucional como a nivel empresarial.

En el contexto ecuatoriano, la investigación revela que existe una oportunidad significativa para mejorar la formación de talento humano dentro de los parques científicos. Actualmente, las universidades están empezando

a desarrollar programas en áreas como la biotecnología, la inteligencia artificial, la ingeniería y el desarrollo de software, lo que está ayudando a formar profesionales con un enfoque en la innovación. Sin embargo, se necesita un mayor impulso en la creación de programas académicos orientados a la investigación aplicada, así como fortalecer la cooperación entre las universidades y los parques científicos para generar un flujo continuo de talento calificado (Zambrano, 2020).

## 15. Conclusiones

El estudio ha permitido identificar una serie de hallazgos relevantes que muestran tanto el potencial de estos ecosistemas como las limitaciones que enfrentan en el contexto ecuatoriano. A lo largo de la investigación, se ha evidenciado que los parques científicos representan una herramienta estratégica fundamental para impulsar la transferencia de conocimiento, el desarrollo de proyectos de investigación conjunta, la promoción del emprendimiento, la producción científica, y el desarrollo de talento humano altamente cualificado.

Sin embargo, el nivel de implementación y consolidación de estos parques en Ecuador aún está en una etapa emergente, lo que plantea diversos desafíos y oportunidades para el futuro. El análisis de la literatura y los estudios

de caso internacionales permitió establecer que los parques científicos tienen un impacto profundo en varias dimensiones del desarrollo académico, económico y social. En regiones como América del Norte, Europa y partes de Asia, han sido catalizadores de innovación, contribuyendo al crecimiento de sectores clave, como la biotecnología, la inteligencia artificial, la ingeniería y las ciencias ambientales. El modelo de la Triple Hélice (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000), que promueve la interacción entre universidad, industria y gobierno, ha sido fundamental para explicar el éxito de estos ecosistemas.

Esta sinergia entre los actores involucrados ha impulsado la creación de nuevas tecnologías, productos y servicios, además de fortalecer la economía basada en el conocimiento. En Ecuador, se ha constatado que los parques científicos están en una etapa de desarrollo incipiente, como ejemplo el Parque Científico Yachay, que representa un esfuerzo importante por crear un ecosistema de innovación similar a los parques científicos internacionales.

Sin embargo, Yachay ha enfrentado diversos problemas relacionados con la falta de infraestructura adecuada, financiamiento insuficiente, y una coordinación limitada entre los actores involucrados (Zambrano, 2020). A pesar de estas dificultades, existe un consenso

general en que los parques científicos en Ecuador tienen el potencial de convertirse en plataformas clave para el avance de la educación superior, siempre que se implementen las reformas necesarias y se fortalezca la inversión en investigación y desarrollo, podrían desempeñar un papel fundamental en el fortalecimiento de la vinculación universidad-empresa, la promoción de la cultura emprendedora, el incremento de la producción científica y tecnológica y el desarrollo de capacidades innovadoras.

Sin embargo, aún existen desafíos que deben ser abordados, como la necesidad de fortalecer la gobernanza de los parques científicos, incrementar la inversión en investigación y desarrollo y mejorar la articulación entre los diferentes actores del ecosistema de innovación.

Uno de los hallazgos más significativos del estudio es que los parques científicos en Ecuador pueden desempeñar un papel crucial en la creación de una economía del conocimiento, pero para ello es necesario abordar varios retos estructurales. Entre los aspectos más relevantes, se mencionan los siguientes:

**Fortalecimiento de la vinculación universidad-empresa:** Uno de los desafíos más importantes en Ecuador es la debilidad de los lazos entre las universidades y el sector privado. A diferencia de otros países donde los

parques científicos han facilitado la creación de alianzas sólidas entre estos actores, en Ecuador la relación universidad-empresa sigue siendo limitada. Para mejorar este aspecto, se requiere el diseño de políticas públicas que incentiven la colaboración y la transferencia de tecnología.

La creación de proyectos conjuntos de investigación y desarrollo entre universidades y empresas podría mejorar la competitividad del sector privado y, al mismo tiempo, incrementar la producción científica de las instituciones académicas (Link & Siegel, 2005).

**Promoción del emprendimiento y la innovación:** Los parques científicos tienen un potencial considerable para fomentar la cultura emprendedora en Ecuador, estimulando la creación de startups y spin-offs universitarios. Sin embargo, la investigación revela que los niveles de emprendimiento en Ecuador aún son bajos en comparación con otros países que cuentan con parques científicos consolidados.

Para superar esta barrera, es fundamental crear un ecosistema que facilite el acceso a financiamiento para emprendedores, incluyendo capital de riesgo y fondos de inversión específicos para startups tecnológicas (García & Pérez, 2018). Además, la promoción de incubadoras y aceleradoras dentro

de los parques científicos ayudaría a que las ideas innovadoras surgidas en las universidades se transformen en empresas viables.

### **Producción científica y tecnológica:**

El acceso a infraestructura científica especializada es un factor decisivo para mejorar la producción científica en Ecuador. Los estudios revisados destacan que, en países donde los parques científicos están bien establecidos, las universidades que participan en estos ecosistemas tienden a producir más investigaciones de alto impacto y a generar mayores cantidades de patentes (Phan et al., 2005).

En Ecuador, el acceso a laboratorios de última generación, tecnologías avanzadas y redes de colaboración internacional es limitado, lo que afecta la capacidad de las universidades para llevar a cabo investigaciones de vanguardia. Por lo tanto, se hace necesario fortalecer la infraestructura tecnológica dentro de los parques científicos y fomentar la creación de redes de colaboración tanto a nivel nacional como internacional.

### **Desarrollo de talento humano altamente cualificado:**

El estudio también destaca la importancia de los parques científicos en la formación de talento humano especializado. Las universidades en Ecuador están comenzando a desarrollar programas

académicos orientados hacia áreas de innovación, pero aún se requiere una mayor alineación entre los programas de formación y las necesidades del sector productivo. Los parques científicos pueden desempeñar un papel clave en la actualización de los currículos universitarios, vinculando la formación académica con las demandas del mercado laboral. Además, la creación de programas de postgrado y doctorado en áreas estratégicas de la ciencia y la tecnología contribuiría al desarrollo de capacidades innovadoras en el país (UNESCO, 2019).

Se concluye también que el rol de los parques científicos en el avance de la educación superior en Ecuador es relevante no solo para el campo de la educación y la innovación, sino también para el desarrollo económico y social del país. Los parques científicos representan una intersección entre el conocimiento académico, el desarrollo tecnológico y la actividad empresarial, y su fortalecimiento podría tener un impacto transformador en la economía ecuatoriana.

Al analizar la experiencia de otros países, es evidente que los parques científicos pueden actuar como motores de crecimiento económico, al atraer inversión extranjera directa, generar empleos de alta calidad y promover la competitividad internacional de las empresas locales.

Desde la perspectiva de la educación superior, los parques científicos ofrecen a las universidades la oportunidad de vincular la investigación académica con aplicaciones prácticas, fomentando una mayor colaboración entre académicos y empresarios. Este enfoque no solo mejora la calidad de la investigación, sino que también permite que las universidades contribuyan más directamente al desarrollo económico del país. En este sentido, los parques científicos se convierten en un puente entre el conocimiento y la industria, y su consolidación es fundamental para el futuro de la educación superior en Ecuador.

Si bien el estudio ha aportado una visión integral sobre el rol de los parques científicos en el contexto ecuatoriano, también ha dejado en evidencia varios límites y áreas que requieren una mayor profundización. Entre las principales interrogantes que surgen de esta investigación, se destacan las siguientes:

### **¿Cómo pueden los parques científicos en Ecuador superar las limitaciones actuales en términos de financiamiento y acceso a infraestructura?**

A pesar de los esfuerzos por desarrollar estos ecosistemas, los recursos disponibles son insuficientes para alcanzar el nivel de impacto que se observa en otros países. Sería necesario

explorar nuevas estrategias de financiamiento, tanto a nivel nacional como internacional, para asegurar la sostenibilidad de los parques científicos.

### **¿Cuál es el impacto a largo plazo de los parques científicos en la formación de talento humano?**

Si bien se ha identificado el potencial de los parques para fomentar la formación de profesionales altamente cualificados, aún es necesario realizar estudios longitudinales que midan el impacto de estos ecosistemas en la calidad de la educación superior y en la empleabilidad de los graduados.

### **¿Qué políticas públicas serían más efectivas para incentivar la colaboración entre universidades y empresas en el contexto ecuatoriano?**

El estudio ha mostrado que la vinculación universidad-empresa es uno de los aspectos más débiles en Ecuador. Se requieren investigaciones adicionales que analicen qué tipo de incentivos (fiscales, regulatorios, etc.) podrían ser más eficaces para promover esta colaboración y, por ende, potenciar el rol de los parques científicos.

### **¿Cómo se puede medir el éxito de los parques científicos en Ecuador?**

En otros países, los indicadores de éxito de los parques incluyen la cantidad de startups creadas, el número de patentes registradas y la cantidad de investigación aplicada. En Ecuador, es necesario desarrollar un marco de evaluación adecuado para medir el impacto de los parques científicos y su contribución al desarrollo económico y académico.

## 16. Referencias

- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2003). *Innovation and small firms*. Cambridge University Press.
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2009). Quadruple helix innovation: A new research and development paradigm. *Journal of Knowledge Management*, 13(5), 597-614.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). *The triple helix: University-industry-government relations: A laboratory for knowledge-based economic development*. University of Michigan Press.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). *The dynamics of innovation: From National Systems and*
- "Mode 2" to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- García, F., & Pérez, M. (2018). Parques científicos y su rol en la creación de redes de conocimiento: El caso de Quito. *Revista Latinoamericana de Innovación y Desarrollo*, 5(3), 45-62. <https://doi.org/10.1234/rliid.v5i3.120>
- Link, A. N., & Siegel, D. S. (2005). University-based technology initiatives: Quantitative and qualitative evidence. *Research Policy*, 34(3), 253-267. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.01.008>
- Lundvall, B.-Å. (1992). *National systems of innovation: Towards a theory of innovation and interactive learning*. Pinter Publishers.
- Phan, P. H., Siegel, D. S., & Wright, M. (2005). Science parks and incubators: Observations, synthesis and future research. *Journal of Business Venturing*, 20(2), 165-182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.12.001>
- OCDE. (2016). *OECD Reviews of Innovation Policy: Ecuador 2016*. Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://doi.org/10.1787/9789264264850-en>
- Powell, W. W., Koput, K. W., & Smith-Doerr, L. (1996). Interorganizational collaboration and the locus of innovation: Networks of learning in biotechnology. *Administrative Science Quarterly*, 41(1), 116-145. <https://doi.org/10.2307/2393988>
- Stewart, T. A. (1997). *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. Doubleday.
- UNESCO. (2019). *Science, Technology and Innovation Policy: Supporting Innovation for Development in Latin America*. Paris, France: UNESCO Publishing. <https://doi.org/10.1234/unesco.sti.2019>
- Zambrano, L. (2020). *Innovación y desarrollo en centros tecnológicos en la Sierra ecuatoriana*. *Revista Científica Ecuador*, 7(2), 78-89. <https://doi.org/10.1234/rce.v7i2.789>

## EMPENDIMIENTOS SUSTENTABLES: UN CAMINO HACIA EL DESARROLLO RESPONSABLE

## SUSTAINABLE ENTERPRISES: A PATH TO RESPONSIBILITY

*Yolanda Mariana García Carranza, Janet del Consuelo Bonilla Freire**<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil*

## Resumen

Este artículo aborda el concepto de emprendimiento sostenible, que busca equilibrar el crecimiento económico con la preservación del medio ambiente y el bienestar social, donde la principal característica a destacar es sobre todo la innovación y el compromiso con la comunidad. A través de una metodología cualitativa basada en el análisis de estudios previos y entrevistas a emprendedores, donde destacan teorías realizadas por: Kantis (2008), Urbano et al. (2012) y Veciana (2001), se exploran las prácticas más eficaces, las barreras comunes y las oportunidades que presenta este tipo de emprendimiento. Se utilizó la plataforma de descarga de datos científicos Web of Science para realizar la literatura sistemática de las publicaciones de impacto del año 2024. Los resultados indicaron que existen elementos y condiciones del entorno tal como económico, sociales, políticos, culturales que inciden en el desarrollo del emprendimiento sostenible así mismo el perfil del emprendedor y su adaptación a términos como la sostenibilidad empresarial para poder generar beneficios a largo plazo tanto para la empresa como para la sociedad en su conjunto.

**Palabras clave:** emprendimiento, sostenibilidad, responsabilidad social.

## Abstract

This article addresses the concept of sustainable entrepreneurship, which seeks to balance economic growth with the preservation of the environment and social well-being, where the main characteristic to highlight is, above all, innovation and commitment to the community. Through a qualitative methodology based on the analysis of previous studies and interviews with entrepreneurs, where theories carried out by: Kantis (2008), Urbano et al. (2012) and Veciana (2001), the most effective practices, common barriers and opportunities presented by this type of entrepreneurship are explored. The Web of Science scientific data download platform was used to carry out the systematic literature of the impact publications of the year 2024. The results indicated that there are elements and conditions of the environment such as economic, social, political, cultural that affect the development of entrepreneurship, sustainable, as well as the profile of the entrepreneur and his adaptation to terms such as business sustainability in order to generate long-term benefits for both the company and society as a whole.

**Keywords:** entrepreneurship, sustainability, social responsibility.





## Introducción

El emprendimiento se entiende como un fenómeno de estudio que abarca diversas disciplinas, donde se entrelazan aspectos económicos, sociológicos, psicoanalíticos y organizacionales. Su carácter lo sitúa en la intersección de los sistemas sociales, económicos y ambientales. Según Schaltegger y Wagner (2011), la relación entre emprendimiento social y desarrollo sostenible ha sido abordada a través de varias tipologías de emprendimiento, como el ecológico, social, sostenible e institucional (intraemprendimiento).

A partir de estas categorías, proponen una macro categoría denominada "Emprendimiento Orientado a la Sostenibilidad" (EOS), que agrupa estos cuatro tipos y lo definen como la implementación de innovaciones sostenibles dirigidas a un mercado masivo, generando beneficios para la mayoría de la sociedad (Schaltegger y Wagner, 2011, p. 225). Además, señalan que uno de los principales retos es crear y gestionar organizaciones capaces de lograr grandes impactos sostenibles más allá de objetivos limitados. En cuanto al análisis del EOS, Belz y Binder (2017) proponen, a partir de una revisión empírica basada en casos seleccionados, el modelo de Proceso Convergente de Emprendimiento Sostenible (PCES). Este modelo identifica seis etapas en el desarrollo del emprendimiento

sostenible: las tres primeras etapas convergentes son 1) identificación del problema social o ecológico, 2) identificación de la oportunidad social o ecológica, y 3) desarrollo de una solución que contemple tanto el aspecto ecológico como económico o social. Las tres etapas finales son lineales: 4) desarrollo de una solución con triple cuenta de resultados (económica, social y ambiental), 5) creación de la empresa sostenible, y 6) entrada en un mercado sostenible.

El concepto de emprendimiento sostenible ha ganado importancia en las últimas décadas debido a la creciente preocupación por el impacto ambiental y social de las actividades económicas. Según Elkington (1997), el emprendimiento sostenible se basa en el principio del "Triple Resultado" o Triple Bottom Line, que combina el crecimiento económico con la responsabilidad ambiental y social. Este enfoque difiere del modelo tradicional, que prioriza únicamente la rentabilidad financiera. Según Schaltegger y Wagner (2011), el emprendimiento sostenible va más allá de las empresas tradicionales que buscan integrar la sostenibilidad en sus modelos de negocio, ya que coloca la sostenibilidad en el centro de sus estrategias. Los emprendedores sostenibles no solo persiguen el crecimiento económico, sino que también ven el emprendimiento como un medio para lograr un cambio sistémico

en la sociedad y el medio ambiente. Uno de los principales desafíos para los emprendedores sostenibles es equilibrar las demandas de crecimiento económico con el compromiso de minimizar el impacto ambiental y social negativo. Las startups sostenibles suelen enfrentarse a un entorno financiero más exigente, ya que algunos inversionistas tradicionales buscan rendimientos rápidos, mientras que los proyectos sostenibles pueden necesitar más tiempo para demostrar su viabilidad financiera.

Por otro lado, Dean y McMullen (2007) señalan que los emprendedores sostenibles enfrentan dificultades para educar al mercado, ya que muchas veces los consumidores no son conscientes del impacto ambiental de sus decisiones de compra o prefieren productos más baratos sin considerar sus efectos negativos a largo plazo.

Este artículo tiene como objetivo analizar las características del emprendimiento sostenible, las barreras y oportunidades que enfrentan los emprendedores, y los beneficios a largo plazo de incorporar prácticas sostenibles en el negocio. Además de conocer lo que se encuentra publicado en la comunidad científica en las principales bases de datos para así determinar: principales autores, artículos más publicados, países que cuentan con mayor aportación en la temática. La hipótesis central es que el emprendimiento sostenible es

económicamente viable y tiene un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, superando las barreras iniciales gracias a la creciente demanda de productos y servicios responsables.

## Marco Teórico

### 1. Emprendimiento sostenible: Definición y contexto

El concepto de emprendimiento sostenible ha evolucionado desde los años 80 como respuesta a las crecientes crisis ambientales y sociales. Según Schaltegger y Wagner (2011), un emprendimiento sostenible es aquel que, además de generar valor económico, contribuye al desarrollo social y a la protección ambiental. Esto implica adoptar prácticas como la eficiencia energética, el uso de materiales reciclables, y el compromiso con las comunidades locales.

La sostenibilidad en el emprendimiento también ha sido impulsada por la creciente conciencia pública sobre la degradación ambiental y las desigualdades sociales, lo que ha llevado a una mayor demanda de productos y servicios éticos (Cohen & Winn, 2007). El emprendimiento sostenible también tiene un fuerte componente social, ya que muchos emprendedores buscan abordar problemas como la pobreza, la desigualdad y la falta de acceso a recursos esenciales como el agua potable o la energía. Este tipo de

emprendimiento se basa en la creación de valor compartido, donde tanto las comunidades locales como los negocios se benefician de forma equitativa. Según el trabajo de Shepherd y Patzelt (2011), los emprendedores sostenibles son catalizadores del cambio social, ya que suelen crear modelos de negocio inclusivos que promueven la equidad y la justicia social. Estos modelos buscan empoderar a las comunidades marginadas y fomentar la creación de empleo en sectores relacionados con la sostenibilidad.

## 2. El modelo del Triple Resultado

El concepto del "Triple Bottom Line" propuesto por Elkington (1997) sugiere que las empresas deben medir su éxito en tres dimensiones: económica, social y ambiental. Los emprendedores que adoptan este enfoque consideran no solo sus resultados financieros, sino también el impacto que sus actividades tienen en las comunidades y el medio ambiente.

### a. Dimensión económica

Esta dimensión implica que el emprendimiento sea rentable, lo que asegura su sostenibilidad a largo plazo. La innovación juega un papel clave en la creación de productos y servicios que respondan a las demandas de los consumidores sin comprometer la eficiencia financiera (Schaper, 2002). Además, el apoyo de las políticas públicas

es crucial. Las políticas gubernamentales que incentivan la innovación verde, como los subsidios para energías renovables o las regulaciones que promueven prácticas de negocio más limpias, juegan un papel importante en la creación de un ecosistema favorable para los emprendimientos sostenibles.

### b. Dimensión social y tecnológica

El emprendimiento sostenible también tiene un impacto positivo en las comunidades donde opera, creando empleo, mejorando las condiciones laborales y fomentando la igualdad. Esto se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la ONU (United Nations, 2015). La inteligencia artificial, el blockchain y la Internet de las cosas (IoT) son algunas de las tecnologías que podrán transformar sectores enteros, haciendo que los negocios sean más eficientes y sostenibles. Esto ayudará a las empresas a gestionar mejor los recursos, monitorear su impacto ambiental y fomentar modelos de negocio más circulares y menos contaminantes.

### c. Dimensión ambiental

Otro aspecto relevante es el rol del emprendimiento sostenible en la lucha contra el cambio climático. Los emprendedores sostenibles están desarrollando innovaciones en sectores como las energías renovables, la agricultura regenerativa y el reciclaje de materiales, contribuyendo así a la

reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y la conservación de los recursos naturales. Estudios como los de Hall, Daneke y Lenox (2010) destacan que, al adoptar tecnologías limpias y promover un uso más eficiente de los recursos, los emprendedores sostenibles pueden ayudar a mitigar los impactos del cambio climático y fomentar la transición hacia una economía más baja en carbono. La dimensión ambiental implica reducir el impacto ecológico mediante el uso de recursos renovables, la minimización de residuos y la adopción de procesos de producción más limpios (Bansal & Desjardine, 2014).

## Metodología

Este estudio utilizó una metodología mixta (cualitativa y cuantitativa), en referencia al método cualitativo está basado en el análisis de casos de emprendimiento sostenible y entrevistas a emprendedores que han adoptado prácticas sostenibles en sus negocios. Se seleccionaron diez emprendimientos en distintos sectores (moda, energía, alimentos, tecnología), en cinco países de Europa y América Latina. Por otro lado, el método cuantitativo se basará en la descarga de documentación científica de la plataforma Web of Science, para conocer la evolución y auge en la temática dentro de la comunidad. Se utilizaron las palabras claves: entrepreneurship, and sustainable and social responsibility.

## 1. Selección de la muestra

Para la investigación cualitativa, la muestra fue elegida utilizando el muestreo teórico (Glaser & Strauss, 1967), seleccionando empresas con un enfoque claro en sostenibilidad y que hubieran operado durante al menos tres años. Este criterio asegura que las empresas tengan un historial que permita evaluar tanto sus prácticas sostenibles como sus resultados económicos. Por parte de la investigación cuantitativa, la descarga de la documentación de la base de datos Web of Science se utilizaron criterios de selección y exclusión que están sujetos a: documentación científica publicados desde enero al septiembre 2024, artículos de acceso abierto, área de conocimiento en economía y negocios.

## 2. Instrumentos de recolección de datos

Se realizaron entrevistas semi-estructuradas con los fundadores y directivos de los emprendimientos. Las entrevistas se centraron en entender sus motivaciones para adoptar prácticas sostenibles, los desafíos que enfrentaron, y los beneficios que percibieron.

## 3. Análisis de datos

Los datos recogidos fueron analizados mediante un enfoque de análisis

temático (Braun & Clarke, 2006), identificando patrones comunes y diferencias entre los casos estudiados. Los temas clave emergentes fueron clasificados en torno a tres categorías: barreras, beneficios y estrategias de mitigación. Se analizan documentos publicados en el año 2024 desde enero hasta septiembre en una amplia muestra de revistas científicas indexadas, extrayendo los datos de la plataforma WOS (Thomson Reuters). Esta base de datos contiene publicaciones desde 1900 hasta la actualidad, abarcando las áreas de Ciencias, Ciencias Sociales y Artes y Humanidades. WOS es clave para evaluar y medir la calidad científica (Bordons y Zulueta, 1999) y adecuada para el análisis cuantitativo (Guerra-Martin et al., 2020).

### Resultados y Discusión

Con las palabras claves seleccionadas en la metodología, de los cuales se obtuvo como resultado 547 documentos de estudio, para conocer dentro de esta temática, las principales áreas de estudios, los países con mayor cantidad de publicaciones y los autores con mayor cantidad de artículos.

#### figura 1 Áreas de estudio

En lo referente a las áreas de estudio, como lo evidencia la figura 1 las tres áreas principales donde se publica la temática de emprendimiento sustentabilidad y responsabilidad social es dentro de los

campos: negocio-economía, ciencias ambientales y ciencias tecnológicas. Siendo el artículo más publicado: The PRISMA statement in environmental entrepreneurship study: A systematic literature and a research agenda con 118 referencias y 10 publicaciones, siendo sus autores:

Albhirat, MM (Albhirat, Muath Maqbool) ; Rashid, A (Rashid, Aamir) ; Rasheed, R (Rasheed, Rizwana); Rasool, S (Rasool, Shahid) ; Zulkifli, SNA (Zulkifli, Siti Nur Atikah); Zia-ul-Haq, HM (Zia-ul-Haq, Hafiz Muhammad) ; Mohammad, A (Mohammad, Al Montaser). Este análisis dio como resultado una definición integral de ENP y una agenda de investigación coherente para el futuro. Las conclusiones revelaron deficiencias importantes en los procedimientos de presentación de informes estandarizados, destacando la necesidad de una mayor apertura y armonización metodológica. Para abordar esto, se recomienda la adopción generalizada de los principios PRISMA adaptados a las necesidades específicas de la investigación ENP para mejorar el rigor, la comparabilidad y la confiabilidad en este campo multidisciplinario.

#### figura 2 Autores con mayor cantidad de publicación temática

Dentro de la categoría autores con mayor cantidad de publicaciones, se puede destacar a los tres principales que son: Aishibani, Adomako y Wang. Sus investigaciones se centran

básicamente en emprendimiento verde, la orientación del emprendimiento con la responsabilidad social y las metas del emprendimiento sustentables en los destinos turísticos.

#### figura 3 Países con mayor cantidad de publicación

Con respecto a los países que cuentan con mayor publicación en la temática, paradójicamente, uno de los países más contaminantes del mundo y desarrollador de gases de efecto invernadero, República Popular China cuenta con 87 publicaciones basando su meta a estar alineado al cumplimiento con los ODS (Objetivos de Desarrollo Sustentables). El emprendimiento sostenible tiene el potencial de ser un motor clave para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la ONU. Los emprendedores que se enfocan en crear soluciones innovadoras y ecológicas pueden desempeñar un papel crucial en áreas como la reducción de la pobreza, la promoción de la energía limpia y la creación de ciudades más sostenibles. A medida que los problemas ambientales y sociales se intensifican, las oportunidades para los emprendedores sostenibles crecen. El futuro está en manos de quienes desarrollen soluciones que beneficien tanto a la economía como al medio ambiente y la sociedad.

#### 1. Barreras identificadas en el emprendimiento sostenible

Los emprendedores identificaron varias barreras iniciales al intentar adoptar prácticas sostenibles:

- **Costes iniciales elevados:** Implementar tecnologías limpias o adquirir materiales ecológicos tiende a tener un coste más alto en comparación con alternativas convencionales. Esto puede disuadir a los emprendedores que carecen de capital significativo (Hockerts & Wüstenhagen, 2010).

- **Falta de infraestructura:** En muchos países, las infraestructuras de reciclaje o energías renovables no están completamente desarrolladas, lo que dificulta la adopción de prácticas sostenibles a gran escala (York & Venkataraman, 2010).

- **Resistencia del mercado:** Algunos consumidores y empresas aún no están dispuestos a pagar más por productos sostenibles, lo que genera un desafío para los emprendedores al tratar de posicionarse en el mercado (Dean & McMullen, 2007).

#### 2. Beneficios de la adopción de prácticas sostenibles

A pesar de las barreras, los emprendedores entrevistados destacaron los beneficios a largo plazo del emprendimiento sostenible:

- **Lealtad del cliente:** Los consumidores conscientes del medio ambiente están dispuestos a apoyar a empresas que

practican la sostenibilidad, lo que genera lealtad a la marca. Esto ha sido especialmente evidente en sectores como la moda y la alimentación orgánica (Pacheco et al., 2010).

▪ **Eficiencia operativa:** A medida que las empresas invierten en tecnologías limpias y optimizan el uso de recursos, tienden a reducir costos operativos a largo plazo. Por ejemplo, el uso de energía solar o la implementación de procesos de reciclaje disminuyen los gastos recurrentes (Hart & Milstein, 2003).

▪ **Atracción de inversores:** Los fondos de inversión y capital de riesgo están cada vez más interesados en empresas que incorporan criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza), lo que facilita el acceso al financiamiento para emprendimientos sostenibles Sullivan & Gouldson, 2013).

### 3. Estrategias para superar las barreras

Los emprendedores adoptaron diversas estrategias para superar las barreras iniciales:

▪ **Colaboración con gobiernos y ONGs:** Algunos emprendedores aprovecharon programas de subsidios y alianzas con organizaciones no gubernamentales para acceder a recursos financieros y tecnológicos que les permitieran reducir sus costos iniciales (Linnenluecke & GriZiths, 2010).

▪ **Educación del consumidor:** A través de campañas de marketing y educación, los emprendedores lograron sensibilizar a sus clientes sobre la importancia de consumir productos sostenibles, ayudando a justificar precios más altos y a posicionar sus productos en nichos de mercado (Kuckertz & Wagner, 2010).

▪ **Innovación en productos y procesos:** La búsqueda de innovación fue clave para reducir los costos operativos y aumentar la competitividad de los emprendimientos sostenibles. Algunos emprendimientos desarrollaron nuevos modelos de negocio basados en la economía circular, lo que les permitió ofrecer productos únicos y más eficientes (Boons & Lüdeke-Freund, 2013).

### Conclusiones

El emprendimiento sostenible representa una oportunidad viable para aquellos emprendedores dispuestos a adoptar una visión a largo plazo. Aunque las barreras iniciales pueden ser significativas, las empresas que integran prácticas sostenibles tienden a beneficiarse de una mayor eficiencia operativa, lealtad del cliente y acceso al financiamiento. A medida que los consumidores y los inversores aumentan su interés por las empresas responsables, las perspectivas para los emprendedores sostenibles son positivas. El análisis de la literatura y las definiciones existentes ha permitido

superar ciertos debates conceptuales sobre el emprendimiento social, al tiempo que se identifican características distintivas para este tipo de emprendimiento en su contexto. Reflexionar sobre los diversos enfoques y definiciones muestra que el emprendedor social, impulsado por una obligación ética de mejorar su entorno (Zahra et al., 2009), desarrolla iniciativas que operan en la tensión entre los sistemas sociales, económicos y medioambientales. En este sentido, la cuestión central es cómo se integra ese impulso ético en el diseño de la organización.

Por ello, resulta fundamental vincular la ética y la sostenibilidad a la definición y evaluación del emprendimiento social, enfocando el análisis en la organización y no solo en el producto o servicio, y adoptando un enfoque de investigación relacionado con las Ciencias de la Administración. En cuanto a esta dimensión investigativa, Chell et al. (2016) sugieren que la relación entre el emprendimiento social y la ética debe ser examinada con detenimiento, especialmente desde la ética del cuidado y la toma de decisiones. Más allá de suponer que las empresas sociales o los emprendedores sociales actúan de manera correcta maximizando la creación y captura de valor, es crucial analizar críticamente cómo están organizadas las empresas, con qué intenciones y qué resultados generan.

Estos autores destacan la importancia de que los emprendedores y empresas sociales mantengan un enfoque ético en el proceso de crecimiento de sus negocios. El éxito en el emprendimiento sostenible depende de varios factores, como el acceso a financiamiento, la innovación tecnológica y el apoyo institucional. La capacidad de los emprendedores para identificar oportunidades verdes es fundamental. Cohen y Winn (2007)

sostienen que las fallas de mercado, como la mala asignación de recursos naturales y la falta de regulación ambiental, crean oportunidades para los emprendedores sostenibles, quienes pueden capitalizar estas ineficiencias y ofrecer productos o servicios más responsables desde un punto de vista ecológico.

Además, el apoyo de las políticas públicas es crucial. Las políticas gubernamentales que incentivan la innovación verde, como los subsidios para energías renovables o las regulaciones que promueven prácticas de negocio más limpias, juegan un papel importante en la creación de un ecosistema favorable para los emprendimientos sostenibles. El emprendimiento sostenible está emergiendo como una de las respuestas más efectivas a los desafíos globales del siglo XXI, como el cambio climático, la desigualdad social y el agotamiento de los recursos naturales. A medida que más emprendedores

integran la sostenibilidad en sus modelos de negocio, el futuro de esta tendencia parece muy prometedor. El emprendimiento sostenible tiene un futuro brillante, impulsado por cambios en las preferencias de los consumidores, la innovación tecnológica, la regulación favorable y la inversión creciente en proyectos que promueven la sostenibilidad. Las empresas del futuro no solo estarán enfocadas en generar beneficios económicos, sino que también deberán ser actores activos en la construcción de un mundo más justo, equitativo y respetuoso con el medio ambiente.

A medida que el mundo avanza hacia una economía más verde y responsable, aquellos emprendedores que pongan la sostenibilidad en el centro de su modelo de negocio estarán bien posicionados para prosperar y liderar el cambio. Las soluciones innovadoras que combinen rentabilidad con impacto positivo no solo mejorarán la competitividad empresarial, sino que contribuirán a un futuro más sostenible para todos. La investigación destaca la necesidad de un mayor apoyo gubernamental y de infraestructuras, así como de un cambio cultural hacia un consumo más consciente. Las futuras investigaciones podrían centrarse en explorar los efectos específicos de las políticas públicas sobre el crecimiento del emprendimiento sostenible.

## Referencias

- Bansal, P., & DesJardine, M. R. (2014). Business sustainability: It is about time. *Strategic Organization*, 12(1), 70-78.
- Boons, F., & Lüdeke-Freund, F. (2013). \*Business
- Chell, E., Spence, L. J., Perrini, F., & Harris, J. D. (2016). Social Entrepreneurship and Business Ethics: Does Social Equal Ethical? *Journal of Business Ethics*, 133(4), 619-625. <https://doi.org/10.1007/s10551014-2439-6>
- Cohen, B., & Winn, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 29-49.
- Crane, A., & Matten, D. (2010). *Business Ethics*. Oxford: Oxford University Press.
- Dacin, P. a, Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, <https://doi.org/10.5465/AMP.2010.52842950> 24(3), 37-58.
- Dean, T. J., & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 50-76.
- Del, D. espacio-temporal, & Asociados, ictioplancton del M. M. (SE de E. y factores ambientales. (2014). Universidad de murcia.
- Drayton, B., 2002. The citizen sector: becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review* 44 (3), 120-132. Eikenberry, Felber, C. (2015). *La Economía del Bien Común* (Segunda ed.). Barcelona, España: DEUSTO.
- Guzmán Vásquez, A., y Trujillo Dávila, M. A. (2008). Emprendimiento social-revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-123.
- Hall, J. K., Daneke, G. A., & Lenox, M. J. (2010). Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 439-448.
- Laszlo, C. & Zhexembayeva, N. (2011). *Embedded Sustainability: The Next Big Competitive Advantage*. UK: Greenleaf Publishing. Mair, J., & Marti, I. (2004). Social entrepreneurship: What are we talking about? A framework for future research, (January 2016).
- Mair, J., & Martí, I. (n.d.). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002> and delight.
- Maraboto, M. (2015). Estudio de los factores individuales e institucionales que influyen en el proceso de identificación, evaluación y explotación de oportunidades en el emprendimiento social híbrido. (Tesis doctoral). Universidad de Cantabria. Santander.
- Orellana, A. (2006). La RSC y la triple cuenta de resultados. *Dirección Financiera*, 231, 56-62.
- Robinson, J. (2006). Navigating social and institutional barriers to markets: How social entrepreneurs identify and evaluate opportunities. *Social entrepreneurship*, 95-120.
- Said Business School. 2005. <http://www.sbs.ox.ac.uk/skoll/>. Santos, F. M. (2012). A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335-351. <https://doi.org/10.1007/s10551012-1413-4>
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222-237. <https://doi.org/10.1002/bse.682>
- Schwab Foundation. 2005. <http://www.schwabfound.org>. Thake, S., Zadek, S., 1997. Practical people, noble causes. How to support community based social entrepreneurs. New Economic Foundation. Tracey,
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 137-163.
- P., & Phillips, N. (2007). The distinctive challenge of educating social entrepreneurs: A postscript and rejoinder to the special issue on entrepreneurship education. *Academy of Management Learning and Education*, 6(2), 264-271. <https://doi.org/10.5465/AMLE.2007.25223465>
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>



## ESPACIOS COMPARTIDOS, RECURSOS OPTIMIZADOS: LA CONEXIÓN ENTRE COWORKING Y ECONOMÍA CIRCULAR EN EMPRESAS DE SERVICIOS EN ECUADOR

### SHARED SPACES, OPTIMIZED RESOURCES: THE CONNECTION BETWEEN COWORKING AND CIRCULAR ECONOMY IN SERVICE COMPANIES IN ECUADOR

<sup>1</sup>Maria Elena Guevara Toscano, <sup>2</sup>Maria Elena Salazar Guevara

<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil, <sup>2</sup>Escuela Superior Politécnica del Litoral

#### Resumen

Para que las empresas maximicen el uso de sus recursos y eviten gastos innecesarios, es esencial que los administradores implementen estrategias que optimicen sus activos. En este sentido, se propone analizar la aplicación del coworking en empresas de servicios, una estrategia que fomenta la interacción entre profesionales, emprendedores y empleados en espacios compartidos. Estos entornos proporcionan acceso a equipos, tecnología y talento humano, lo que permite una mejor optimización de recursos y promueve una economía circular. Para evaluar la viabilidad de esta estrategia, se ha llevado a cabo un análisis de la aplicación del coworking y la economía circular a nivel global, así como su implementación en Ecuador. El objetivo es que los futuros profesionales y emprendedores puedan aprovechar estas estrategias para contribuir a la sostenibilidad y generar valor compartido, elementos fundamentales dentro del enfoque de la economía circular en empresas de servicios.

**Palabras clave:** Maximización de recursos, Optimización, Coworking, Espacios compartidos, Economía circular

#### Abstract

For companies to maximize the use of their resources and avoid unnecessary expenses, it is essential that managers implement strategies that optimize their assets. In this sense, it is proposed to analyze the application of coworking in service companies, a strategy that encourages interaction between professionals, entrepreneurs and employees in shared spaces. These environments provide access to equipment, technology and human talent, enabling better optimization of resources and promoting a circular economy. To evaluate the viability of this strategy, an analysis of the application of coworking and the circular economy at a global level, as well as its implementation in Ecuador, has been carried out. The objective is that future professionals and entrepreneurs can take advantage of these strategies to contribute to sustainability and generate shared value, fundamental elements within the circular economy approach in service companies.

**Keywords:** Maximization of resources, Optimization, Coworking, Shared spaces, Circular economy



## 1. Introducción

En un contexto donde la sostenibilidad y la optimización de recursos son cruciales, la economía circular y el coworking han surgido como modelos empresariales innovadores. La economía circular se fundamenta en prolongar la vida útil de productos, materiales y recursos a través de la reutilización, reciclaje y regeneración, minimizando el desperdicio y los costos.

Este enfoque no solo mejora la eficiencia en la gestión de recursos, sino que también promueve la sostenibilidad ambiental y económica, generando valor compartido. Por otro lado, el coworking ha probado ser una solución eficiente para optimizar costos operativos y flexibilizar el entorno laboral, especialmente en sectores de servicios y empresas emergentes.

Estos espacios compartidos no solo reducen los altos costos de arrendar oficinas tradicionales, sino que también fomentan la colaboración y la innovación al reunir a profesionales, emprendedores y empresas que comparten infraestructuras y recursos. La combinación de ambos modelos ofrece una oportunidad única para que las empresas adopten prácticas sostenibles a través del coworking. Este modelo permite maximizar el uso de espacios, equipos y servicios compartidos, reduciendo la huella

ambiental y optimizando costos. Así, el coworking no solo aporta a la eficiencia económica, sino que también apoya los objetivos de sostenibilidad que las empresas necesitan para ser competitivas en un entorno empresarial cada vez más consciente de su impacto ambiental.

Esta investigación se enfoca en cómo el coworking en las empresas de servicios de Ecuador puede facilitar la implementación de prácticas de economía circular. Se analizará su evolución y su impacto en la sostenibilidad empresarial, destacando los beneficios de estas estrategias para aquellas organizaciones que buscan reducir su impacto ambiental mientras mejoran su rentabilidad.

El coworking ha ganado terreno a nivel global al alinearse con los principios de la economía circular, permitiendo a las empresas optimizar recursos y aumentar la rentabilidad. A diferencia de los espacios tradicionales de trabajo, el coworking reúne a emprendedores y profesionales de distintas áreas en un mismo lugar, lo que no solo reduce costos, sino que también facilita la creación de redes, sinergias y alianzas estratégicas. Según Cloudworks (2020), este modelo promueve la colaboración, beneficiando a todos sus participantes. En Ecuador, aunque el coworking aún es emergente, su importancia está creciendo, especialmente entre las

pequeñas y medianas empresas (pymes), que buscan reducir costos operativos y maximizar el uso de infraestructuras compartidas. Estos espacios no solo fomentan una mejor gestión de los recursos, sino que también impulsan la innovación y la colaboración, aspectos fundamentales dentro de la economía circular. El coworking permite aplicar principios clave como la reutilización de recursos, la reducción de residuos y la maximización de activos.

Frente a la crisis global generada por la pandemia, muchas empresas han adoptado nuevas formas de trabajo, y el coworking se ha consolidado como una solución viable para mantener operaciones y mejorar la rentabilidad. Este estudio no solo evaluará el impacto económico del coworking en Ecuador, sino también su potencial para mejorar la sostenibilidad empresarial. Se utilizarán herramientas de análisis financiero para medir su incidencia en la rentabilidad y sostenibilidad de las empresas que lo implementan.

Además, este estudio profundiza en cómo el coworking puede apoyar los principios de la economía circular al optimizar el uso de recursos compartidos y reducir el desperdicio. Este enfoque está alineado con las tendencias actuales de sostenibilidad y representa una oportunidad para las empresas de servicios que desean no solo mejorar su rentabilidad, sino

también cumplir con las expectativas de responsabilidad social y ambiental. Con base en investigaciones previas sobre coworking y economía circular, este análisis tiene como objetivo ofrecer una comprensión sólida de cómo este modelo puede transformar el panorama empresarial en Ecuador, contribuyendo tanto a la sostenibilidad como a la creación de valor compartido en la economía nacional.

### Objetivo General:

Analizar el impacto del coworking en la promoción de prácticas de economía circular en Ecuador, evaluando su desarrollo y su influencia en la sostenibilidad empresarial.

### Objetivos Específicos:

- Investigar la evolución del coworking en Ecuador, destacando cómo ha incorporado principios de economía circular desde su inicio hasta la actualidad.
- Evaluar la percepción de las empresas sobre el coworking como una estrategia que favorece la sostenibilidad y la optimización de recursos mediante la economía circular.
- Identificar las prácticas de economía circular que se están implementando en los espacios de coworking en Ecuador y su impacto en la gestión de recursos.
- Analizar el perfil de los usuarios de espacios de coworking en Ecuador,

centrándose en cómo estos espacios facilitan la adopción de prácticas sostenibles.

▪ Explorar el rol de las instituciones educativas en la capacitación de estudiantes sobre la intersección entre coworking y economía circular, fomentando el emprendimiento sostenible.

**Historia del Coworking** Existen varios modelos de coworking que se adaptan a las necesidades de los emprendedores, según (Saavedra, 2019):

**Coworking Flexible:** Este modelo es ideal para emprendedores que requieren trabajar en diferentes lugares, ya que les permite acceder a espacios de trabajo sin necesidad de un lugar fijo. Proporciona soluciones adaptativas que fomentan la innovación y el desarrollo profesional.

**Coworking Fijo:** Este tipo es utilizado por aquellos que prefieren un espacio de trabajo estable. Los usuarios pueden dejar sus herramientas y disfrutar de un ambiente cómodo para colaborar y socializar con otros miembros.

**Coworking Nómada:** Este modelo se dirige a los trabajadores que viajan frecuentemente. Se dividen en dos categorías:

**1. Nómadas Digitales:** Profesionales que utilizan el internet y las nuevas tecnologías para trabajar a distancia desde cualquier lugar con conexión WiFi.

**2. Knowmads:** Trabajadores altamente cualificados que aplican su conocimiento en diversos contextos y buscan espacios para conectarse con otros nómadas.

**Coworking Nocturno:** Este modelo se enfoca en aquellos que trabajan en sus proyectos empresariales durante la noche, organizando encuentros para compartir experiencias y mejorar sus técnicas de trabajo.

**Coworking en el Mundo:** Las empresas incurren en gastos operativos esenciales para su funcionamiento, como alquiler, sueldos y servicios básicos (Rodríguez, 2018). La gestión eficiente de estos gastos es crucial, ya que influye directamente en la rentabilidad. Una alta carga de gastos puede afectar la capacidad de una empresa para generar beneficios (Control Group, 2019). La rentabilidad se convierte en un indicador financiero clave que permite evaluar los flujos de ingresos y gastos, ayudando a las empresas a tomar decisiones estratégicas que promuevan su crecimiento y sostenibilidad.

Tabla 42 Historia del coworking a nivel mundial (resumida por periodos de 5 años)

| Periodos de 5 años                               | Evolución del coworking                                                                                                                                                                                                                                      | Número de empresas     |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| <b>2005-2010: Nacimiento</b>                     | El <i>coworking</i> surge en 2005 con Spiral Muse en San Francisco. Se abren los primeros espacios como <i>The Hat Factory</i> en EE.UU. y <i>Betahaus</i> en Europa. El concepto empieza a ganar popularidad, pero es aún emergente.                        | 10-20 empresas         |
| <b>2011-2015: Expansión global</b>               | La creación de <i>WeWork</i> en 2010 marca el despegue del <i>coworking</i> global. Surge <i>Impact Hub</i> y otras empresas como <i>Regus</i> . El <i>coworking</i> se expande rápidamente a grandes ciudades y nuevos mercados.                            | 1,000-2,000 empresas   |
| <b>2016-2020: Diversificación</b>                | El <i>coworking</i> se diversifica, con empresas como <i>Spaces</i> , <i>Industrious</i> y <i>Mindspace</i> ofreciendo servicios a corporaciones. <i>WeWork</i> enfrenta dificultades financieras, pero la industria crece exponencialmente a nivel mundial. | 10,000-20,000 empresas |
| <b>2021-Actualidad: Adaptación post-pandemia</b> | Tras la pandemia, el <i>coworking</i> se adapta al trabajo híbrido. <i>WeWork</i> , <i>IWG</i> ( <i>Regus</i> ) y <i>Knotel</i> sobreviven y siguen expandiéndose, con mayor demanda de espacios flexibles en áreas urbanas y suburbanas.                    | 20,000-30,000 empresas |

Tabla 43 Evolución del coworking en Ecuador por periodos de 5 años

| Periodos de 5 años                                    | Evolución del coworking                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Número de empresas                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>2005-2010: Surgimiento global del coworking</b>    | En Ecuador, aunque el <i>coworking</i> no era conocido formalmente, surgieron pequeñas comunidades de emprendedores que compartían espacios, especialmente en Quito y Guayaquil. No había espacios formales aún.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 0 empresas: En este periodo, el concepto de <i>coworking</i> no estaba formalmente implementado en Ecuador. Solo existían comunidades de emprendedores que trabajaban en espacios compartidos de manera informal.                                                                                            |
| <b>2011-2015: Nacimiento del coworking en Ecuador</b> | <b>2011: Se inaugura en Quito uno de los primeros espacios de coworking, dirigido a freelancers y emprendedores tecnológicos, marcando el inicio oficial del coworking en Ecuador.</b><br><br><b>2013: Guayaquil abre sus primeros espacios de coworking, siguiendo la tendencia de Quito. Las startups y pequeños empresarios adoptan estos espacios como una estrategia clave para desarrollar sus proyectos.</b><br><br><b>2015: El coworking se consolida con la apertura de más espacios en Quito (como</b> | 3 a 5 empresas:<br><br><b>ImpAQto (2011):</b> Emprendedores y startups, con un enfoque en la innovación social.<br><b>Coworking Guayaquil (2013):</b> Dirigido a emprendedores y freelancers de diferentes sectores.<br><b>Oficina Compartida Quito (2014):</b> Un espacio dedicado a freelancers y pequeñas |

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                   | <p><b>Oficina Compartida Quito) y Guayaquil. Además de freelancers, pequeñas y medianas empresas comienzan a participar, y grandes compañías muestran interés por la flexibilidad y el ahorro en costos que estos espacios ofrecen.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | empresas que buscan una alternativa flexible a las oficinas tradicionales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>2016-2020: Expansión y diversificación</b>     | <p><b>017: El coworking crece en ciudades como Cuenca y Loja, ampliando su oferta con capacitaciones, eventos de networking y comunidades colaborativas (Vásquez, 2017).</b></p> <p><b>2019: La expansión continúa, con un enfoque en sostenibilidad y economía colaborativa. Algunos espacios adoptan prácticas de economía circular, optimizando recursos y reduciendo desperdicios (Martínez &amp; Herrera, 2019).</b></p> <p><b>2020: La pandemia de COVID-19 afecta gravemente el sector, reduciendo usuarios. Sin embargo, muchos espacios se adaptan ofreciendo servicios virtuales y modelos híbridos para el trabajo remoto (Gómez, 2021).</b></p>                                                                                                                                                                       | <p>10 a 15 empresas:</p> <p>Workup Coworking (2017): Ubicado en Cuenca, enfoque en la colaboración entre profesionales creativos y emprendedores.</p> <p>Link Coworking (2018): Con sede en Quito, enfoque en la comunidad y la colaboración entre empresas.</p> <p>LOFT Coworking (2019): Sede en Loja, nace para cubrir la demanda de espacios compartidos, brindando flexibilidad a emprendedores.</p>                                                                                                                                         |
| <b>2021- Actualidad: Adaptación post-pandemia</b> | <p><b>2021: Tras la pandemia, los espacios de coworking comienzan a recuperarse. La demanda de soluciones laborales flexibles aumenta, y las empresas ecuatorianas valoran el coworking como una alternativa eficiente para reducir costos.</b></p> <p><b>2023: El coworking sigue creciendo en Ecuador, incorporando prácticas sostenibles vinculadas a la economía circular. Las empresas de servicios adoptan estos espacios como herramientas clave para optimizar recursos y fomentar la colaboración. Esto refleja la evolución del coworking, que se ha convertido en una solución estratégica y sostenible para profesionales y empresas (Rodríguez, 2023).</b></p> <p><b>2024: Las instituciones de educación superior enfatizan la preparación de estudiantes en emprendimiento y los beneficios del coworking.</b></p> | <p>5 a 20 empresas:</p> <p>Seedspace Quito (2021): Parte de la red global de Seedstars, se enfoca en emprendedores tecnológicos y startups, ofreciendo una plataforma global de conexión y crecimiento.</p> <p>ImpactHub Guayaquil (2022): Parte de la red global ImpactHub, que promueve la innovación social, se abre en Guayaquil con un enfoque en emprendimiento sostenible.</p> <p>The Office Quito (2023): ofrece oficinas y espacios de trabajo flexibles con servicios para empresas que buscan adoptar modelos híbridos de trabajo.</p> |

## Teorías claves.

El enfoque central de esta investigación se fundamenta en dos teorías clave: el coworking como modelo de trabajo y la economía circular como estrategia de sostenibilidad. Ambas se integran para analizar cómo las empresas de servicios pueden optimizar recursos y reducir costos al aprovechar espacios compartidos y prácticas sostenibles.

El coworking, inicialmente diseñado para fomentar la colaboración entre profesionales y emprendedores, ha evolucionado hacia un modelo que permite a las empresas reducir gastos en infraestructura, maximizar el uso de recursos tecnológicos y facilitar el intercambio de conocimientos y habilidades. Desde un punto de vista teórico, el coworking se enmarca en la economía colaborativa, un concepto que prioriza el acceso compartido a bienes y servicios en lugar de su posesión individual (Jagdeep , 2019). Esto permite a las empresas de servicios adaptarse a un entorno más flexible y eficiente, alineándose con la tendencia global hacia modelos de trabajo más dinámicos.

Por otro lado, la economía circular propone un cambio radical en el uso de los recursos, enfocándose en la reutilización, el reciclaje y la regeneración de productos y servicios. A diferencia del modelo económico lineal de "usar

y desechar", la economía circular busca extender el ciclo de vida de los bienes, minimizando los residuos y el impacto ambiental (Ellen MacArthur Foundation, 2013). En este contexto, las empresas que optan por el coworking no solo reducen costos operativos al compartir infraestructura, sino que también contribuyen activamente a la sostenibilidad al optimizar el uso de recursos compartidos y minimizar el desperdicio.

La intersección de estos dos enfoques permite plantear que el coworking no solo es una estrategia para la reducción de costos, sino también una herramienta clave para implementar los principios de la economía circular. Las empresas de servicios que adoptan este modelo pueden no solo mejorar su eficiencia operativa, sino también fomentar la sostenibilidad y el crecimiento responsable, aspectos esenciales en un mundo empresarial cada vez más consciente de su impacto ambiental.

## 2. Metodología

En esta parte la ponencia presenta los métodos y metodologías empleados durante la investigación, los enfoques y paradigmas a que responde la misma, los instrumentos y técnicas de que se hizo uso. Al propio tiempo, en él se incluyen los principales hallazgos y resultados alcanzados.



La metodología utilizada en la investigación es crucial, ya que guía el proceso de investigación de manera estructurada, como lo definen (Cortés & Iglesias, 2004).

**Diseño de la Investigación**

Se adoptó un diseño de investigación de campo, que implica la recolección directa de datos primarios sin manipulación. Esto permite obtener información relevante y transparente sobre el objeto de estudio (Gallardo Echenique, 2017).

**Tipo de Investigación**

La investigación es de tipo científica, orientada a comprobar hipótesis mediante técnicas y procedimientos que generan nuevos conocimientos (Cabezas Mejía, Andrade Naranjo, & Torres, 2018). También incluye un enfoque predictivo, que permite anticipar comportamientos futuros y analizar el impacto económico del coworking (Muñoz Rocha, 2015) Además, se utiliza un enfoque descriptivo, combinando métodos cuantitativos y cualitativos para elaborar una estructura precisa del fenómeno en estudio.

**Enfoque de la Investigación**

El enfoque es mixto, integrando tanto aspectos cuantitativos como cualitativos. El enfoque cuantitativo se basa en datos numéricos, utilizando encuestas para medir y analizar la información (Cortés & Iglesias, 2004). Por otro lado, el enfoque cualitativo

permite profundizar en la investigación mediante observaciones, recolectando narraciones y registros diversos.

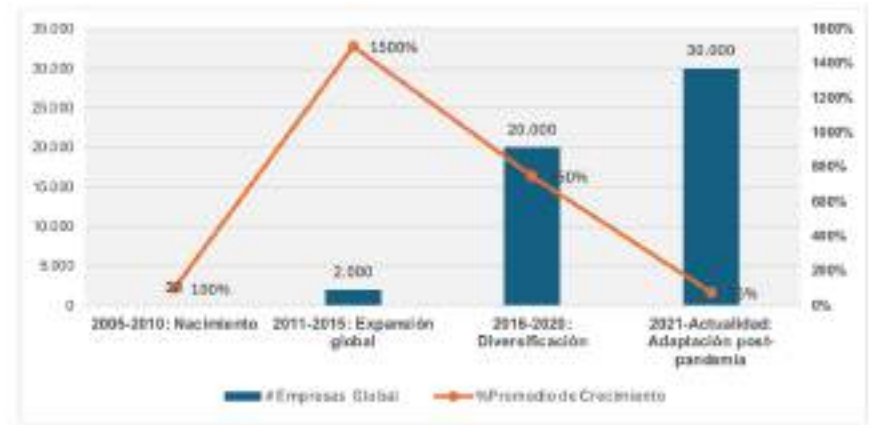
**3. Resultados**

Crecimiento porcentual del Coworking a nivel Global. El coworking a nivel global ha crecido rápidamente desde su aparición en 2005. Entre 2011 y 2015, pasó de unas 20 a 2,000 empresas, con un aumento del 1,000%-2,000%. De 2016 a 2020, el número de empresas se multiplicó nuevamente, alcanzando entre 10,000 y 20,000, con un crecimiento del 500%-1,000%. Tras la pandemia, el sector se recuperó, creciendo entre un 50%- 100%, con hasta 30,000 empresas en 2023. El coworking ha evolucionado desde un nicho emergente hasta convertirse en una solución laboral flexible a nivel mundial.

**Tabla 44 Crecimiento de Coworking a nivel Global**

| Periodos                                  | # Empresas Global | % Crecimiento | %Promedio de Crecimiento |
|-------------------------------------------|-------------------|---------------|--------------------------|
| 2005-2010: Nacimiento                     | 20                | 100%          | 100,00%                  |
| 2011-2015: Expansión global               | 2.000             | 1000%-2000%   | 1500,00%                 |
| 2016-2020: Diversificación                | 20.000            | 500%-1000%    | 750,00%                  |
| 2021-Actualidad: Adaptación post-pandemia | 30.000            | 50%-100%      | 75,00%                   |

**Fig. 1 Crecimiento de Coworking a nivel Global**



**Análisis del porcentaje promedio de crecimiento del coworking a nivel global por periodos. 2005-2010: Inicio del coworking, crecimiento estimado: 100%**

En este periodo, el coworking nace con la apertura de los primeros espacios como Spiral Muse y The Hat Factory. Se estima que entre 10 y 20 empresas fueron establecidas globalmente, lo que representa un crecimiento inicial del 100% respecto al inicio del concepto.

**2011-2015: Expansión rápida, crecimiento estimado: 1000%-2000% (Promedio: 1500%)**

Este periodo marca una explosión del coworking, con un incremento masivo de entre 1,000 y 2,000 empresas a nivel mundial. El promedio del crecimiento estimado para este periodo es de 1,500%.

**2016-2020: Diversificación masiva, crecimiento estimado: 500%-1000% (Promedio: 750%)**

Durante estos años, el número de empresas globales de coworking alcanza entre 10,000 y 20,000, con una diversificación hacia startups y corporaciones. El promedio del crecimiento durante este periodo es de 750%.

**2021-Actualidad: Recuperación y adaptación, crecimiento estimado: 50%-100% (Promedio: 75%)**



Tras la pandemia, el coworking se recupera y crece hasta alcanzar entre 20,000 y 30,000 empresas a nivel mundial. El promedio de crecimiento es del 75% en comparación con el periodo anterior.

### Porcentaje promedio de crecimiento del Coworking a nivel de Ecuador

El coworking en Ecuador ha tenido un crecimiento notable. Entre 2011 y 2015 surgieron los primeros espacios formales en Quito y Guayaquil, lo que representó un crecimiento del 100%. De 2016 a 2020, la expansión fue acelerada, con un aumento del 200%-300%, llegando a ciudades como Cuenca y Loja. Aunque la pandemia desaceleró el crecimiento, desde 2021 se observa una recuperación del 50%-100%, impulsada por la demanda de flexibilidad laboral. En total, el número de empresas ha pasado de cero en 2010 a unas 20 en la actualidad, lo que refleja un crecimiento promedio del 400% en el sector durante la última década.

**Tabla 45 Crecimiento de Coworking en Ecuador**

| Periodos                                         | # Empresas Ecuador | % Crecimiento | %Promedio de Crecimiento |
|--------------------------------------------------|--------------------|---------------|--------------------------|
| <b>2005-2010: Nacimiento</b>                     | 0                  | 0%            | 0%                       |
| <b>2011-2015: Expansión global</b>               | 5                  | 100,00%       | 100%                     |
| <b>2016-2020: Diversificación</b>                | 15                 | 200%-300%     | 250%                     |
| <b>2021-Actualidad: Adaptación post-pandemia</b> | 20                 | 50%-100%      | 75%                      |

**Fig.2 Porcentaje promedio de crecimiento de coworking en Ecuador por periodos**



### 2005-2010: 0% de crecimiento, Crecimiento estimado: 0%

Durante este periodo, no se registran espacios formales de coworking en Ecuador. Aunque algunas comunidades empezaban a compartir espacios, el concepto formal aún no había llegado al país.

### 2011-2015: Crecimiento inicial, Crecimiento estimado: 100%

En este periodo, el coworking nace formalmente en Ecuador con la apertura de entre 3 a 5m empresas en Quito y Guayaquil. Al no haber empresas previas, el crecimiento es del 100% en comparación con el periodo anterior.

### 2016-2020: Expansión acelerada, Crecimiento estimado: 200%-300% (Promedio: 250%)

En este periodo, el número de espacios de coworking creció de 5 a entre 10 y 15 empresas, con expansión en ciudades como Cuenca y Loja. El promedio de crecimiento estimado es del 250%.

### 2021-Actualidad: Recuperación post-pandemia, crecimiento estimado: 50%-100% (Promedio: 75%)

Tras la pandemia, el coworking se recuperó, incrementando el número de empresas de 15 a 20. El crecimiento estimado es de entre 50% y 100%, con un promedio de 75%.

### Inversión Inicial en Coworking y Recuperación

La inversión inicial en coworking y economía circular en Ecuador se distribuye entre adecuación del espacio, mobiliario, tecnología, capacitación y marketing. Con un tiempo estimado de recuperación de 1 a 3 años, las empresas pueden aprovechar ahorros en arrendamientos y optimización de recursos, así como un incremento en la productividad, lo que hace que esta estrategia sea viable y rentable a largo plazo.

**Tabla 46 Inversión inicial en coworking**

| Equipos/Recursos                | %           |
|---------------------------------|-------------|
| Adecuación del Espacio          | 30%         |
| Mobiliario y Equipos            | 25%         |
| Tecnología y Software           | 20%         |
| Capacitación y Formación        | 15%         |
| Marketing y Promoción           | 10%         |
| <b>Total Inversión Inicial:</b> | <b>100%</b> |

## Recuperación de Costos:

**Tiempo Estimado para Recuperación:** 1 a 3 años, dependiendo de varios factores, como la demanda del espacio y la efectividad en la implementación de prácticas sostenibles.

### Mecanismos de Recuperación:

- **Ahorro en Arrendamientos:** Al compartir espacios, las empresas pueden reducir significativamente los costos de alquiler de oficinas tradicionales, recuperando entre un 20% a 40% de sus gastos operativos en el primer año.
- **Optimización de Recursos:** La implementación de prácticas de economía circular permite a las empresas reducir el desperdicio y optimizar el uso de recursos, lo que puede traducirse en ahorros adicionales del 15% al 30% en costos operativos anuales.
- **Incremento en Productividad:** La colaboración y el networking en espacios de coworking pueden aumentar la productividad, contribuyendo a un crecimiento de ingresos estimado del 10% al 20% anual. Beneficios que podrían obtenerse de aplicación de economía circular y coworking.
- **Reducción de Costos Operativos:** Los emprendedores pueden

experimentar una disminución de hasta 30-40% en costos operativos al compartir recursos y espacios. Esto se traduce en menores gastos en alquiler, servicios y mantenimiento.

- **Aumento de la Productividad:** La colaboración en espacios de coworking puede impulsar la productividad de los emprendedores en un 15-25%, gracias a la interacción constante y al acceso a una red de apoyo profesional.

- **Acceso a Recursos y Tecnología:** La implementación de prácticas de economía circular permite a los emprendedores optimizar el uso de recursos, con un ahorro estimado de 20-30% en la adquisición de materiales y tecnología.

- **Mejoras en Sostenibilidad:** Adoptar principios de economía circular puede llevar a una reducción del 20-50% en el desperdicio y en el uso de recursos no renovables, contribuyendo a un enfoque más sostenible y responsable.

- **Oportunidades de Networking:** Los espacios de coworking facilitan conexiones valiosas, lo que puede resultar en un aumento del 10-20% en oportunidades de negocio y colaboración, fortaleciendo así la red empresarial del emprendedor.

## 4. Conclusiones

**Evolución del Coworking:** El coworking en Ecuador ha evolucionado significativamente desde su inicio, incorporando progresivamente principios de economía circular. Esto refleja un cambio en la mentalidad empresarial hacia la colaboración y la sostenibilidad, destacando la capacidad de estos espacios para adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado.

**Percepción Empresarial:** Las empresas reconocen cada vez más el coworking como una estrategia eficaz para promover la sostenibilidad y optimizar recursos. Esta percepción positiva se traduce en una mayor adopción de prácticas que contribuyen a la economía circular, destacando su relevancia en el contexto empresarial actual.

**Prácticas Implementadas:** Se han identificado diversas prácticas de economía circular en los espacios de coworking en Ecuador, tales como la gestión eficiente de residuos, el uso compartido de recursos y la implementación de tecnologías sostenibles. Estas prácticas no solo mejoran la eficiencia operativa, sino que también fomentan un ambiente de trabajo más colaborativo y responsable.

**Perfil de Usuarios:** El análisis del perfil de los usuarios de espacios de coworking muestra que estos individuos, incluidos

emprendedores y profesionales, están motivados por el deseo de adoptar prácticas sostenibles. Los espacios de coworking se convierten en plataformas que facilitan esta transición hacia una cultura más ecológica y colaborativa.

**Rol Educativo:** Las instituciones educativas desempeñan un rol esencial en la formación de los profesionales del futuro, especialmente en el ámbito de la intersección entre coworking y economía circular. Al integrar estos conceptos en sus programas académicos, fomentan el emprendimiento sostenible y preparan a los estudiantes para enfrentar los desafíos del entorno empresarial actual. Esta educación no solo eleva la conciencia sobre la sostenibilidad, sino que también promueve prácticas responsables y colaborativas entre los futuros emprendedores.

Así, las instituciones no solo contribuyen a la creación de un ecosistema empresarial más consciente, sino que también fortalecen el compromiso de las nuevas generaciones con la sostenibilidad, un aspecto vital para el crecimiento y desarrollo empresarial en Ecuador.

## 5. Referencias

- Cabezas Mejía, E., Andrade Naranjo, D., & T. S. (2018). Repositorio Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. [Metodología de la investigación científica]. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/154>
- Cloudworks. (2020). Coworking: Qué Es y Cómo Funciona. Recuperado el 29 de 09 de 2024, de <https://wearecloudworks.com/es/cloudmag/coworking-que-es-y-como-funciona>
- Control Group. (2019). Cómo medir la rentabilidad de una empresa. Obtenido de <https://blog.controlgroup.es/medir-la-rentabilidad-una-empresa/>
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación. Mexico :[https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia\\_investigacion.pdf](https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf).
- Gallardo Echenique, E. (2017). Universidad Continental. Obtenido de Metodología de la Investigación. Cusco: Universidad Continental .
- Gómez, M. (2021). Adaptación de los espacios de coworking en Ecuador durante y después de la pandemia de COVID-19. Estudios sobre Nuevas Formas de Trabajo, 15-28.
- Martínez, L., & Herrera, P. (2019). La cultura coworking en Ecuador: análisis del impacto en las PYMES . Revista Ecuatoriana de Gestión Empresarial, 23-34.
- Muñoz Rocha, C. (2015). Colegio de Licenciados en Administración CORLAD ANCASH. . Obtenido de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/56-Metodologia-de-la-investigacion-Carlos-I.-Munoz-Rocha.pdf>
- Rodríguez, J. (2023). Economía circular y coworking: una perspectiva sostenible para empresas de servicios en Ecuador. Revista de Innovación Empresarial , 50-65.
- Saavedra, M. (2019). Cink Coworking . Obtenido de Obtenido de Tipos de coworking. ¿con cuál te identificas?: <https://cinkcoworking.es/tipos-de-coworking/>
- Vásquez, C. (2017). Impulsando la Colaboración Empresarial: El Auge del Coworking en Quito, Ecuador. Revista de Emprendimiento y Innovación, 45-60.

## ESTRATEGIAS DE MARKETING EXPERIENCIAL PARA EL DESARROLLO DE UN TURISMO SOSTENIBLE EN LA PARROQUIA ANCÓN

### EXPERIENTIAL MARKETING STRATEGIES FOR THE DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM IN THE ANCÓN PARISH

*Arelis Fransua Banguera Intriago, Maytte Nicole Víneces Delgado, Franklin Javier González Soriano, Carmen Imelda Rugel Torres*  
*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

La parroquia de San José de Ancón destaca por su conexión histórica con la industria petrolera del país, su arquitectura inglesa y por ser cuna de muchos deportistas celebres. En los últimos tiempos ha permanecido abandonada y con poca afluencia turística. Con la finalidad de poder analizar la experiencia de los visitantes y buscar maneras de mejorarla contribuyendo a la sostenibilidad del cantón, se llevó a cabo un estudio para evaluar el nivel de satisfacción de los turistas que visitan este lugar y el grado de implementación de innovaciones en la oferta turística. Para llevar esto a cabo, se utilizó un enfoque mixto y un diseño no experimental de tipo transeccional. Se emplearon encuestas a visitantes y entrevistas a prestadores de servicios para describir la situación actual del turismo en Ancón. Los resultados revelaron que la afluencia de visitantes fue reducida a causa de una gestión turística inadecuada y la escasa implicación de la comunidad local. No obstante, es notable la interacción positiva con la comunidad y la excelencia de los servicios prestados lo que permite hacer una buena proyección futura para la sostenibilidad del turismo en este cantón a través del desarrollo de nuevas estrategias que utilicen como herramienta al Marketing Experiencial.

**Palabras clave:** sostenibilidad, marketing experiencial, promoción turística, experiencia turística, estrategias.

#### Abstract

The parish of San José de Ancon stands out for its historical connection with the country's oil industry, its English architecture, and the birthplace of many famous athletes. In recent times it has remained abandoned and with little tourist influx. To analyze the visitor experience and look for ways to improve it, contributing to the sustainability of the canton, a study was carried out to evaluate the level of satisfaction of tourists who visit this place and the degree of implementation of innovations in the tourist offer. To carry out this, a mixed approach and a non-experimental transectional design were used. Visitor surveys and interviews with service providers were used to describe the current tourism situation in Ancon. The results revealed that the influx of visitors was reduced due to inadequate tourism management and the low involvement of the local community. However, the positive interaction with the community and the excellence of the services provided are notable, which allows for a good future projection for the sustainability of tourism in this canton through the development of new strategies that use Experiential Marketing as a tool.

**Keywords:** sustainability, experiential marketing, tourism promotion, tourist experience, strategies.



## 1. Introducción

La industria del turismo es un mercado en constante evolución que requiere de una continua adaptación y flexibilidad para enfocarse en las necesidades cambiantes de los turistas (Ramírez et al., 2022). Una experiencia memorable se logra cuando las experiencias cotidianas se enriquecen con libertad, entretenimiento, autenticidad, aventura y un sentido de autorrealización (Gaona, 2022). La integración del arte, la cultura, la arquitectura, el comercio, el gobierno, la hospitalidad y el medio ambiente motiva a los visitantes a visitar o regresar a un destino.

Una experiencia turística memorable no se basa únicamente en actividades específicas, sino también en la combinación de diversos aspectos que crean un entorno único y memorable (Velarde et al., 2023). Para lograr competitividad en el mercado turístico, un destino debe ser capaz de emplear, integrar y ofrecer productos o servicios turísticos importantes. Esto puede generar un desarrollo económico, social y cultural positivo, así como una diferenciación significativa con otros destinos (Cedeño e Intriago, 2023).

San José de Ancón, ubicada en la Costa Ecuatoriana en el cantón Santa Elena Santa Elena, tiene una superficie de 78 km<sup>2</sup> y tiene una población de 7,918 habitantes (INEC, 2023). La costa de

Ancón es ideal para el descanso y las actividades relacionadas con los deportes acuáticos y el ecoturismo.

Fue declarada Patrimonio Cultural de la Nación en 2003 y en 2011 por su trascendencia con la actividad petrolera (GAD San José de Ancón, 2023). Aunque la parroquia tiene la atmósfera de un típico pueblo inglés sobre todo en el área urbana, cuenta con bienes de patrimonio industrial, arquitectónico, histórico e inmaterial. Entre sus principales atractivos son las edificaciones de varios clubes como: el Ancón Club, el Barrio Inglés y el Barrio Obrero.

La arquitectura del Barrio Inglés ha capturado el interés de los estudiantes de arquitectura y la actividad petrolera de la zona. Estos elementos contribuyen al desarrollo de actividades relacionadas con el turismo educativo y cultural, basado en la arquitectura del Barrio Inglés y la industria petrolera local.

Una problemática actual en el cantón es la pérdida de la identidad cultural, la cual se debe a la mala gestión del patrimonio. Las comunidades rurales juegan un papel crucial en la conservación de la identidad cultural, ya que cuentan con una historia, tradiciones y cultura (Ballén et al., 2012). Sin embargo, muchos jóvenes no muestran interés por su cultura y más bien se encuentran dispuestos a adaptarse a las tendencias actuales.

La falta de conocimiento e interés de los actores cantonales sobre la importancia de incentivar el turismo a nivel local a través de programas de promoción y difusión turística incide directamente en el desarrollo del destino, mermando el crecimiento económico y perdiendo la oportunidad de poder realizar un desarrollo turístico sostenido (Muñoz, 2020).

Otro inconveniente resulta en la falta de infraestructura adecuada lo que ha impedido que este cantón reciba un flujo constante y creciente de turistas (Rendón et al., 2022). Los desafíos que enfrenta Ancón tienen que ver con el estado de sus vías dentro de su localidad, y las calles que conectan la parroquia con otros puntos las cuales no se encuentran asfaltadas, lo que desmotiva a los turistas a visitar la zona por el polvo que ocasiona.

La señalización es también deficiente, lo que dificulta la orientación de los visitantes y afecta su experiencia general. Los servicios turísticos son limitados con un número reducido de alojamientos comerciales, lo que obliga a realizar visitas de un solo día en lugar de estancias prolongadas que podrían contribuir significativamente a la economía local. La falta de restaurantes y centros de información turística reduce la comodidad y satisfacción de los visitantes (Mantero, 2002).

Un problema adicional es la escasa inversión en la conservación y restauración de los bienes patrimoniales. Muchas edificaciones históricas de Ancón están en deterioro debido a la falta de mantenimiento adecuada, disminuyendo su atractivo y poniendo en riesgo la preservación de su patrimonio cultural.

El presente trabajo explora los principales referentes empíricos que guían y enriquecen las experiencias turísticas, además de analizar cómo estos impactan en la visita y ayudan a crear conexiones emocionales duraderas y a fomentar la lealtad a un destino.

En el contexto global, la tesis doctoral de nombre: "La calidad global de la experiencia turística como transformadora del estilo de vida y sus efectos en la calidad de vida del turista y su intención de comportamiento" de la autora González (2022), indica que proporcionar experiencias turísticas con una óptima calidad de servicio experiencial promueve cambios en el estilo de vida de las personas y ayuda a mejorar la calidad de esta. Adicionalmente se examina tanto el estilo y la calidad de vida como consecuencias del proceso de consumo lo cual permite ampliar el conocimiento sobre resultados que reflejan la orientación de los individuos hacia la búsqueda de beneficios con un impacto más



duradero. Otra investigación relevante se encuentra en la investigación "El impacto de las emociones de los turistas en la satisfacción y la lealtad al destino: un estudio moderado e integrador. Modelo de mediación: la experiencia de los turistas en Suiza", donde Al-Msallam (2020) menciona que las emociones son importantes al momento de una decisión, pues esto puede aumentar o disminuir su satisfacción lo cual puede influir en acciones futuras provocando deslealtad. Por lo tanto, una conciencia de las emociones permite desarrollar un vínculo hacia el destino mediante la cultura, el entretenimiento y las actividades.

Por otro lado, la presente investigación se base en la Teoría del Desarrollo Local, la cual se define como un conjunto de dinámicas políticas, institucionales, económicas y sociales que buscan de manera coordinada alcanzar objetivos comunes de bienestar, convivencia y calidad de vida para todos los grupos sociales presentes en un territorio o localidad específica (Quintero y Lázaro, 2008).

Este enfoque se ha desarrollado como una alternativa para que las regiones o localidades puedan iniciar y mantener un proceso de desarrollo socioeconómico con el objetivo de elevar la calidad de vida de sus habitantes, a través del uso y la gestión eficiente de sus recursos internos.

El desarrollo local no debe ser concebido únicamente como un modelo económico, ya que se distingue por su singularidad. Su implementación debe adecuarse a las particularidades de cada territorio y comunidad. Según Mantero (2002), cada territorio y comunidad deben establecer y seleccionar una estrategia particular para implementar, lo que implica la definición de políticas, programas y específicos.

Desde esta perspectiva, la planificación de la actividad turística en un enfoque de desarrollo local territorial debe considerar tanto los deseos de la comunidad local como las expectativas de los visitantes o usuarios de los destinos turísticos.

En virtud de la problemática planteada y de los modelos teóricos expuestos, es que la presente investigación tiene como objetivo identificar las brechas en la experiencia turística dentro del destino, comprender el punto de vista de los residentes con respecto a las actividades turísticas y comprender los niveles de satisfacción de los visitantes, así como visionar las oportunidades de desarrollo local.

## 2. Metodología

En el presente estudio se seleccionó el enfoque de investigación mixto. A través de la recolección y análisis de datos provenientes de dos fuentes

diferentes las cuales fueron: los turistas y sus percepciones acerca de la oferta de servicios turísticos en el cantón y las entrevistas realizadas a los actores turísticos principales en el cantón San José de Ancón.

Este enfoque permitió obtener perspectivas diversas y complementarias, lo que contribuyó a una comprensión integral del fenómeno estudiado. Con relación al diseño de la investigación, el presente estudio utilizó un diseño no experimental el cual permite estudiar a los individuos en su entorno habitual de manera ética, sin alteración de variables ni generando influencias en su comportamiento. Por otro lado, el diseño también es de tipo transeccional permitiendo realizar la toma de datos en un momento específico de tiempo (Hernandez y Mendoza, 2018).

El tipo de investigación utilizado es descriptivo ya que a través de este se pudo comprender, de forma más precisa, las perspectivas de la calidad y experiencia turística por parte de los visitantes, a la vez de poder obtener información de manera directa por parte de los distintos proveedores de servicios turísticos.

Por otro lado, se empleó la técnica de la encuesta para obtener información de tipo cuantitativa aplicada a los visitantes del cantón, al igual que se utilizó la técnica de la entrevista estructurada

para poder conocer las opiniones y perspectivas de las autoridades de la parroquia y proveedores de servicios turísticos locales.

Los instrumentos aplicados fueron: un cuestionario dirigido a los visitantes del cantón con el fin de identificar los aspectos positivos, negativos y deficiencias en su experiencia turística y un guion de la entrevista dirigido a los actores políticos y prestadores de servicios turísticos en Ancón.

Con relación al cuestionario, se manifiesta que este estuvo compuesto por 20 preguntas cerradas cuyas alternativas de respuestas fueron colocadas en una escala de Likert de cinco. Estas preguntas fueron tomadas en relación con el cuestionario utilizado en la investigación titulada "Identificación de ítems para medir las experiencias del turista en destino" de los investigadores Pulido y Navarro (2014), así como de una tesis de grado denominada "Análisis de la experiencia turística en Santa Cruz, para el diseño de una aplicación turística" de la investigadora Benavides (2023).

Por otro lado, en el contexto de la técnica de entrevistas a profundidad, se utilizó un guion de entrevista que consistió en una serie de diez preguntas abiertas. Este guion estuvo dirigido al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Parroquial de

Ancón y a proveedores de servicios turísticos destacados en la zona, con el objetivo de recabar sus opiniones sobre la experiencia turística que viven los visitantes. En relación con la población objeto de análisis en este estudio, esta se determinó a partir de los datos de la Población Económicamente Activa (PEA) proporcionados por el INEC (2024). Según estos datos, en el cuarto trimestre de 2023, Guayaquil registró 1'268,025 personas económicamente activas, mientras que Quito contó con 1'037,154. La suma de ambas cifras, que asciende a 2'305,179 individuos, fue el valor a considerar para la población en este estudio.

Las ciudades anteriormente mencionadas fueron seleccionadas por ser las más importantes del país y por convertirse en destinos fuente de donde provienen la mayor cantidad de visitantes del Cantón. Se optó por utilizar este indicador dado que no hay un registro oficial por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado sobre la cantidad actual de turistas que ingresan, por lo tanto, se consideró apropiado emplear la Población Económicamente Activa. Sobre este total de individuos se procedió a aplicar la fórmula del muestreo aleatorio simple para poder determinar al tamaño de la muestra, obteniendo finalmente un total de 385 personas. Con relación a las personas entrevistadas, se aplicaron los guiones de la entrevista a un total de 42 personas:

seis proveedores de alojamiento, cuatro guías locales y 26 propietarios de negocios de alimentos y bebidas. El objetivo de las entrevistas fue el de conocer las perspectivas de la oferta de servicios turísticos y como estas eran percibida por parte de los turistas con miras a analizar la posibilidad de expandir los servicios y generar a futuro estrategias que permitieran incrementar la demanda y con ello obtener mayores ingresos que permitieran hacer a Ancón un destino sostenible.

El trabajo de recolección de datos se realizó durante dos semanas, en las cuales se procedió a aplicar el formulario de la encuesta y a realizar las entrevistas planificadas en el cantón. El formulario fue desarrollado en la herramienta Google Forms por lo cual, luego de aplicarlo a todos los individuos que conformaron la muestra se procedió a obtener los datos resultantes referentes a la estadística descriptiva.

3. Resultados

A continuación, se procede a presentar los resultados obtenidos de la aplicación del formulario de encuesta y el resumen de los criterios más representativos en relación con las preguntas que estuvieron expuestas en el guion de la entrevista. En la Tabla 1 se expone los datos demográficos y de comportamiento obtenidos en base al formulario aplicado:

Tabla 1. Datos demográficos y de comportamiento

| VARIABLE            | FRECUENCIA ABSOLUTA (n = 385) | FRECUENCIA RELATIVA (%) |
|---------------------|-------------------------------|-------------------------|
| SEXO                |                               |                         |
| MASCULINO           | 189                           | 49.1%                   |
| FEMENINO            | 196                           | 50.9%                   |
| RANGO DE EDAD       |                               |                         |
| 18-25 AÑOS          | 78                            | 20.3%                   |
| 26-34 AÑOS          | 140                           | 36.4%                   |
| 34-45 AÑOS          | 106                           | 27.5%                   |
| 46-55 AÑOS          | 49                            | 12.7%                   |
| MAYOR A 56 AÑOS     | 12                            | 3.1%                    |
| NIVEL DE EDUCACIÓN  |                               |                         |
| ESCUELA             | 3                             | 0.8%                    |
| COLEGIO             | 118                           | 30.6%                   |
| UNIVERSIDAD         | 210                           | 54.5%                   |
| POSGRADO            | 54                            | 14%                     |
| COMPAÑÍA AL VIAJAR  |                               |                         |
| SOLO                | 21                            | 5.5%                    |
| AMIGO               | 88                            | 22.9%                   |
| FAMILIA             | 187                           | 48.6%                   |
| PAREJA              | 57                            | 14.8%                   |
| CON VARIAS PERSONAS | 32                            | 8.3%                    |

**Nota.** Esta tabla muestra la composición de los datos estadísticos de las variables demográficas utilizadas en el estudio.

Por otro lado, en la Figura 1 se procede a exponer la información referente a los ítems del formulario aplicado a los turistas para la captación de la percepción de la calidad del servicio turístico en el cantón Ancón:

**Figura 1**  
**Descripción estadística porcentual de los ítems del formulario de encuesta**

| Nº | ÍTEM                                                                                                                                                                                   | TOTALMENTE EN<br>DESACUERDO (n - %) | EN<br>DESACUERDO<br>(n - %) | NEUTRAL<br>(n - %) | DE ACUERDO<br>(n - %) | TOTALMENTE<br>DE ACUERDO<br>(n - %) |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|--------------------|-----------------------|-------------------------------------|
| 1  | Considero que la oferta turística (actividades, actividades turísticas, establecimientos de alimentos y bebidas...) en la parroquia Ancón, se encuentran con un alto nivel de calidad. | 1%                                  | 19.4%                       | 17.9%              | 62.7%                 | 16.3%                               |
| 2  | Puede disfrutar de establecimientos de alimentos y bebidas sin dificultad para encontrarlos.                                                                                           | 1.6%                                | 2.9%                        | 15.8%              | 79.5%                 | 6.2%                                |
| 3  | La información turística que recibí, para realizar las actividades fueron 100% satisfactorias y entendibles.                                                                           | 1%                                  | 1.8%                        | 8.8%               | 89.2%                 | 35.2%                               |
| 4  | Tuve facilidad a la hora de encontrar un lugar, calle o establecimiento dentro del destino.                                                                                            | 1.3%                                | 14%                         | 16.1%              | 82.9%                 | 1.7%                                |
| 5  | Durante mi viaje he podido ser participe de alguna actividad instructiva y esta me ha generado satisfacción.                                                                           | 1.3%                                | 2.8%                        | 16.4%              | 83.5%                 | 23.9%                               |
| 6  | La información con la parroquia local ha sido satisfactoria.                                                                                                                           | 0.6%                                | 1%                          | 9.6%               | 89.5%                 | 56.4%                               |
| 7  | El producto turístico que he recibido se ha podido adaptar a mis preferencias en tiempo real.                                                                                          | 1.3%                                | 42.6%                       | 17.9%              | 38.2%                 | 4.3%                                |
| 8  | Durante mi viaje he podido observar el uso de la innovación y la creatividad en diferentes actividades o servicios turísticos.                                                         | 10.7%                               | 46.1%                       | 12.5%              | 15.3%                 | 4.4%                                |
| 9  | He percibido diferentes facilidades a la hora de pagar un producto o servicio.                                                                                                         | 27.9%                               | 38.1%                       | 23.4%              | 10.1%                 | 2.8%                                |
| 10 | He podido apreciar profesionalismo y cordialidad en la atención al cliente.                                                                                                            | 1.6%                                | 1.8%                        | 7.6%               | 89.7%                 | 57.1%                               |
| 11 | Durante mi viaje pude observar el uso de dispositivos inteligentes o plataformas virtuales para recibir promociones o servicios turísticos.                                            | 55.8%                               | 41.9%                       | 16.9%              | 19.9%                 | 2.9%                                |
| 12 | Considero efectiva la utilización de elementos sensoriales (como música, iluminación, iluminación) para enriquecer la experiencia de la visita.                                        | 1%                                  | 1.8%                        | 8.1%               | 89.6%                 | 64.4%                               |
| 13 | La parroquia utiliza eficazmente su patrimonio cultural para enriquecer las experiencias.                                                                                              | 22.6%                               | 45.7%                       | 16.1%              | 13.9%                 | 3.6%                                |
| 14 | La parroquia San José de Ancón proporciona experiencias que permitan aprender más sobre su historia y significado cultural.                                                            | 26%                                 | 43.6%                       | 15.8%              | 11.4%                 | 3.1%                                |
| 15 | Ancón utiliza de manera efectiva su patrimonio cultural en la promoción y comercialización de sus eventos y actividades.                                                               | 34.7%                               | 41.6%                       | 17.4%              | 13.2%                 | 3.1%                                |

De la información presentada, unida a las respuestas obtenidas a través del guion de la entrevista aplicada a las distintas personas entrevistadas se puede destacar varios elementos fundamentales como los relacionados a

la explotación de los recursos culturales del cantón ya que más del 60% de los encuestados manifestaron estar en desacuerdo sobre este tema, en concordancia también con el 71% de percepción de los turistas en relación

con experiencias de aprendizaje y conocimiento que puedan derivarse del significado de estos recursos. Lo anterior, sienta una base para el desarrollo de nuevas estrategias que tiendan a mostrar de manera adecuada la riqueza patrimonial y cultural de la zona.

En relación con la experiencia del gozo de los servicios turístico y de la amabilidad y trato por parte de los distintos prestadores de estos, los turistas manifiestan estar de acuerdo en un alto porcentaje (73%). Esto permite asegurar una buena base para la prestación de servicios turísticos futuros lo que permitiría el incremento de la economía local.

Por otro lado, en relación con el tema de adaptabilidad, innovación y uso de recursos tecnológicos en la visita de los turistas al cantón, se expresa de forma mayoritaria un descontento por parte de los turistas. Esto en cuanto a que, en el cantón, el uso de tecnologías y la innovación son todavía temas pendientes en la agenda de desarrollo y fortalecimiento del sector. Lo anterior abre una brecha para la aplicación de nuevas ideas y estrategias para personalización y tecnificación de los servicios.

Con la finalidad de poder aprovechar las oportunidades que brinda la percepción positiva de los turistas con relación a la

calidad del servicio turístico ofrecido por los negocios locales unido a los lugares de exposición cultural y patrimonial y con el ánimo de poder alcanzar un desarrollo sostenido de la economía local se propone las siguientes estrategias:

**Estrategia 1 “Ancón Brewing and Workshop Art Experience”**  
**Figura 2**  
**Logo de Ancón Brewing and Workshop Art Experience**



Ancón Brewery, una cervecería local, se ha enfocado en crear una experiencia de turismo sensorial e inmersivo en los últimos tres años. La empresa tiene como objetivo combinar la producción de cerveza local con la exhibición de arte local, fomentando el interés cultural y la participación comunitaria. El objetivo general es diseñar una experiencia turística sensorial e inmersiva en la Cervecería Ancón, combinando la creación de cerveza local

con la exhibición de arte local. Entre los objetivos específicos se encuentra el desarrollo de un programa integrado de talleres cerveceros que permitan a los turistas participar activamente en el proceso, integrando el arte local, en particular las obras del famoso pintor de Ancón, Perico.

La estrategia consiste en una serie de talleres interactivos en los que los visitantes pueden crear sus propias etiquetas de cerveza personalizadas, proporcionando materiales y asistencia para crear diseños únicos. El taller también enseña sobre el maridaje de cervezas y cómo ciertos alimentos crean sabores de cerveza.

El taller también ofrece un diseño personalizado de etiquetas de cerveza, lo que permite a los visitantes crear su propia etiqueta única y llevarse a casa un recuerdo tangible de su estancia en Cervecería Ancón. La cervecería también cuenta con una exposición permanente donde los visitantes pueden observar el trabajo de Perico y aprender sobre la vida del artista.

También habrá ediciones limitadas con etiquetas diseñadas por el artista, así como reproducciones de la obra de Perico en botellas, tinajas y frascos, que se ofrecerán como souvenirs. Se ofrecen ediciones especiales una vez al mes, que permiten a los visitantes crear sus propias obras y recibir los

materiales y la asistencia necesarios. Para garantizar el éxito del proyecto, se realizará una breve encuesta de satisfacción para recopilar comentarios de los participantes e identificar áreas de mejora. Los indicadores clave de rendimiento (KPI) incluyen la cantidad de visitantes que participan en los talleres, la cantidad de visitantes que visitan la galería, la cantidad de botellas hechas por el artista, los ingresos generados a través de las ventas de productos y la puntuación de satisfacción promedio.

En conclusión, Cervecería Ancón tiene como objetivo crear una experiencia turística sensorial e inmersiva que combine la producción local de cerveza con exposiciones de arte local. Al implementar esta estrategia, la cervecería espera fomentar el interés cultural y la participación comunitaria entre los visitantes.

## **Estrategia 2 “Cultiva Elysium: Tu refugio verde en Ancón”**

### **Figura 3**

#### **Logo de Cultiva Elysium**



La estrategia se centra en brindar una experiencia inmersiva que combina la conexión natural y el aprendizaje práctico con la cultura local de Ancón, con el objetivo de crear una experiencia memorable y educativa para los participantes. Desde el momento en que llegan al jardín, se sumergen en un ambiente sereno, guiados por expertos, aprendiendo técnicas desde la plantación hasta el cuidado de las plantas.

Los talleres de jardinería, que incluyen la preparación de flores, la preparación de abono, la creación de flores y la fabricación de fertilizantes orgánicos, no solo ofrecen conocimientos valiosos, sino que también fomentan un sentido de orgullo y pertenencia. Los jardines cuentan con una variedad de plantas, hierbas aromáticas y pequeños árboles frutales, lo que crea un entorno tranquilo y natural al tiempo que enseña técnicas de cultivo sostenible y orgánico.

Las actividades incluidas en esta estrategia promueven una conexión más profunda con el entorno natural y fomentan el aprendizaje sobre el jardín. Los participantes pueden llevarse a casa un recuerdo único y significativo: una taza de café personalizada con la temática de Ancón. Cada invitado tiene la oportunidad de participar activamente en la elección de su propia taza de café

personalizada, que refleje la esencia única de Ancón, como los colores naturales vibrantes, la arquitectura parroquial tradicional o los símbolos simbólicos de Ancón.

Los indicadores clave de desempeño (KPI) y las unidades de medición ayudan a evaluar y monitorear la efectividad de esta estrategia. Los KPI incluyen la cantidad de participantes, las calificaciones de satisfacción, los comentarios positivos, las tazas de café recibidas, las menciones en las redes sociales y las interacciones. El producto final destaca cómo cada componente estratégico ha contribuido a enriquecer la experiencia del huésped y a hacer de Elysium Garden un destino preferido para quienes buscan una conexión genuina con la belleza natural y la cultura de Ancón.

Los talleres de jardinería cubren diversos aspectos de la jardinería, incluida la preparación del suelo, la plantación y la aromaterapia. El taller también brinda información sobre los usos culinarios y medicinales de cada planta, y tazas de café personalizadas con la temática de Ancón, lo que permite a los huéspedes crear un recuerdo duradero de su estadía.



### Estrategia 3 “Discovering Ancón: Donde empieza la historia del petróleo” Figura 4

#### Logo de Discovering Ancón



Este recorrido tiene como objetivo crear una experiencia memorable e interactiva que atraiga a los turistas al barrio de San José de Ancón, integrando sus atractivos en un producto que resalta su riqueza histórica. El recorrido se realizará en una chiva, lo que permitirá a los visitantes explorar visualmente la zona mientras aprenden sobre su historia. El primer punto de visita es el Museo Inglés, ubicado cerca de la entrada a Ancón.

El segundo lugar es el Barrio Guayaquil, donde se habla de la historia de Ancón y su papel como importante barrio obrero. El tercer punto es la Iglesia, donde se explica la impresionante construcción

de la iglesia durante la época en que se utilizaba cemento. El cuarto punto es el Club Andes, donde un personaje llamado Alberto Spencer contará la historia del club y cómo fue creciendo. El quinto punto es el Club Unión, donde se explica la historia y datos relevantes. El sexto punto es el Barrio Inglés, donde los ingleses pueden ingresar a la zona y se les explican detalles arquitectónicos generales.

El punto final es la casa, donde estarán presentes dos personajes de un matrimonio inglés que explicarán las características de la casa tal y como era en 1911. Se ofrecerá un 40% de descuento en el restaurante El Barranco, debiendo los participantes responder a tres preguntas.

El séptimo punto es el club Ancón, donde se cuenta la historia y se visita el Mirador Acapulco, donde los visitantes pueden tomar fotografías y obtener una breve descripción del lugar. El noveno punto es el predio Playa Acapulco, donde se describe parte de la historia y el último punto es el Pozo Ancón 001, donde la relevancia y la cálida bienvenida invitan a los visitantes a regresar a la parroquia.

Luego del recorrido, los visitantes deben hacer una reserva en Facebook para la Ruta del Copey, que incluye estos atractivos, para mejorar la zona y atraer más visitantes. También se deben utilizar las redes sociales para llegar

a un público más joven y sofisticado que busca experiencias más sofisticadas y educativas. A continuación, se presenta un esquema gráfico de la ruta:

Figura 5. Recorrido de la ruta turística



### Estrategia 4 Rincón Panorámico: Conecta con el cielo

Figura 6. Logo del Rincón Panorámico



Esta estrategia tiene como objetivo crear una experiencia de acampada única y memorable en el amplio acantilado de Playa Acapulco, ofreciendo una experiencia al aire libre inolvidable para los visitantes interesados en la observación de estrellas y la fotografía del cielo nocturno. El área estará equipada con dos tiendas de campaña, cada una con equipo básico pero cómodo, lo que permitirá a los visitantes disfrutar del cielo nocturno con seguridad y comodidad. El camping también contará con un cómodo espacio climatizado con cómodos asientos para observar y observar las estrellas, así



como un telescopio profesional para la observación astronómica. El área también proporcionará una cocina y una ducha portátil para las necesidades de los huéspedes. Se brindará servicio de alimentación, ya que no es posible manipular el fuego en el área. El campamento no solo brindará una experiencia de campamento, sino que también la enriquecerá con elementos educativos y recreativos que fomenten una conexión más profunda con el entorno natural.

Se utilizarán indicadores clave de desempeño (KPI) y unidades de medición para evaluar y monitorear la efectividad de esta estrategia. Los KPI incluyen la cantidad de noches que se pueden reservar, la cantidad de huéspedes que usan el telescopio, el nivel de satisfacción, los comentarios positivos en las plataformas de redes sociales y los comentarios positivos en las redes sociales.

Mientras tanto, las unidades de medición considerarán el número total de reservaciones por mes, el porcentaje de huéspedes que utilizan el telescopio y participan en actividades de fotografía del cielo, la probabilidad de retroalimentación positiva en las encuestas posteriores a la estancia y el número de me gusta, comentarios y compartidos en publicaciones públicas relacionadas con el camping.

#### 4. Conclusiones

Esta investigación se centra en los conceptos de experiencia turística y marketing experiencial, destacando cómo la percepción del entorno, las interacciones sociales y la calidad del servicio influyen en la satisfacción del turista. La integración de estos conceptos proporciona una base teórica sólida para examinar el turismo en Ancón y justifica la aplicación de estrategias de marketing experiencial para mejorar y diversificar la oferta turística local.

El estudio enfatiza la relación positiva con la comunidad local, la calidad del servicio y la disponibilidad de establecimientos de comida y bebida. Sin embargo, se observan mejoras en áreas como ofrecer productos y servicios personalizados y asegurar el uso apropiado de la historia en los canales de promoción actuales.

Ancón es reconocido por sus atractivos naturales, rica oferta gastronómica, patrimonio cultural y eventos como el Ancón Fest, pero enfrenta desafíos en infraestructura y competencia con destinos más establecidos.

La propuesta consta de cuatro estrategias de marketing experiencial diseñadas para potenciar la experiencia turística en San José de Ancón. Cada estrategia aborda diferentes aspectos

del turismo, con el objetivo de mejorar la oferta y maximizar su impacto positivo en los visitantes y la comunidad local.

La primera estrategia, Descubriendo Ancón, propone un recorrido que resalta los principales atractivos de la zona, promoviendo la valoración del patrimonio de la región y contribuyendo al desarrollo económico a través del turismo cultural. La segunda estrategia, Cultiva Elysium, ofrece una inmersión completa en la naturaleza a través de actividades como el cultivo, creando una conexión auténtica entre los visitantes, la naturaleza y la historia. La tercera estrategia, Rincón Panorámico, brinda una experiencia al aire libre para los turistas que buscan un contacto directo con la naturaleza a través de instalaciones para acampar y observación de aves. La cuarta estrategia, Cervecería y Arte, combina productos y eventos locales para brindar una experiencia culinaria y cultural.

Cada estrategia ha sido desarrollada con énfasis en la autenticidad, la sostenibilidad y el enriquecimiento de la experiencia turística en San José de Ancón. El éxito de estas estrategias depende de la colaboración efectiva entre los actores locales y el compromiso con la mejora continua de los servicios ofrecidos. A medida que estas estrategias se desarrollan y ajustan en función de las necesidades y la retroalimentación de los visitantes, la esperanza es que San José de Ancón se

convierta en un destino turístico popular, atrayendo a una audiencia diversa y fomentando el crecimiento.

Sin embargo, la propuesta también enfrenta limitaciones, como una inversión significativa en infraestructura, capacitación del personal y tecnología. La falta de financiamiento adecuado puede limitar la capacidad de implementar estas iniciativas de manera efectiva. La calidad de las experiencias depende en gran medida de la competencia y motivación del personal, y el impacto ambiental de estas actividades podría ser perjudicial. A medida que aumenta el número de visitantes, mantener experiencias de alta calidad puede ser un desafío debido a la sobrepoblación de las instalaciones y la atención inadecuada a los detalles.

Los estudios futuros deben investigar cómo las actividades de marketing experiencial afectan el desarrollo económico y social del área, evaluar su impacto en la creación de empleo, la generación de ingresos y la calidad de vida de los residentes, estudiar la percepción y satisfacción de los turistas que participan en experiencias de marketing experiencial, desarrollar y analizar modelos de negocios para crear y gestionar estrategias de marketing experiencial, y examinar la efectividad de las rutas turísticas temáticas basadas en diversos aspectos de San José de Ancón.

## 5. Referencias

- Al-Msallam, S. (2020). The impact of tourists' emotions on satisfaction and destination loyalty – an integrative moderated mediation model: tourists' experience in Switzerland. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, Vol. 3 No. 5, pp. 509- 528. doi:<https://doi.org/10.1108/JHTI-11-2019-0126>.
- Ballén Avila, E. E., Fabre Jurado, J. F., & Fuentes Castro, D. D. (2012). Evaluación del uso turístico de la parroquia San Jose de Ancón, provincia de Santa Elena.
- Espol. Retrieved from <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/30226>.
- Cedeño Solórzano, J. V., & Intriago Mora, C. P. (2023, agosto 21). Proyecto de creación de Operadora Turística para promover el desarrollo local del Cantón Portoviejo. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(2), 5696–5710.
- GAD San José de Ancón. (2023). Historia Antigua. Tomado de San José de Ancón: <https://gadpancon.gob.ec/page/historia-antigua/>
- Gaona Elera, A. E. (2022). Experiencia del turista nacional en los principales atractivos del Producto Turístico Bosques y Pirámides de la región Lambayeque. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- González Pasaco, B. S. (2022). La calidad global de la experiencia turística como transformadora del estilo de vida y sus efectos en la calidad de vida del turista y su intención de comportamiento. Universidad de Extremadura.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas, cualitativas y mixta. Mc Graw Hill educación. INEC. (2023). Resultados.
- Mantero, Juan Carlos (2002). Del turismo en Argentina al posturismo en Buenos Aires. en *Turismo* 1 año 1 numero 2. editor S. Molina. México.
- Muñoz Auria, A. G. (2022). Factores que favorecen o dificultan el desarrollo del turismo cultural en la parroquia San José de Ancón, una exploración de las perspectivas locales. UPSE.
- Quintero Santos, José Lázaro. (2008). Turismo y desarrollo local en México. El caso del municipio de Cabo Corrientes en Jalisco. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Universidad Complutense de Madrid.
- Ramírez Alcaraz, J. O., Palafox Muñoz, A., & Macías Ramírez, A. (2022, diciembre 16). El Marketing Interno para la Experiencia Turística. *Revista Latino-Americana De Turismología*, 6(1). Doi:<https://doi.org/10.34019/2448-198X.2020.v6.30517>.
- Rendón, S., Álvarez, H., Rendón, N., & Yumisaca, J. (2022). Patrimonio cultural ancestral de la parroquia de San José de Ancón, año 2022. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 6(43), 273-279.
- Velarde Valdez, M., Magio, K. O., & Olmos Martínez, E. (2023). La competitividad y su desempeño en destinos turísticos costeros: El caso de Mazatlán, México.
- Revista Investigaciones Turísticas, 49-76.

## SOSTENIBILIDAD ADUANERA: EVOLUCIÓN, TEMAS DE TENDENCIA Y MAPA TEMÁTICO CON ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO

### CUSTOMS SUSTAINABILITY: EVOLUTION, TREND TOPICS AND THEMATIC MAP WITH BIBLIOMETRIC ANALYSIS

*Timmy García Carpio, Alberto Galarza Hernández, Nayeli Carpio Suárez, Tahis Auqui León*  
*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

Este artículo investiga los temas de tendencia, evolución y mapa temático de la sostenibilidad aduanera. Con utilización de la plataforma de producción científica Scopus y la herramienta Biblioshiny determina tendencias, palabras claves en el campo académico científico. Se resalta que al 2023, las palabras clave "sostenibilidad", "medio ambiente", "conservación", "innovación del modelo de negocio" y "responsabilidad social corporativa" son los temas más relevantes y reflejan gran interés en aduanas en los últimos años, lo que indica que la sociedad ha madurado en comunidad, su enfoque hacia el desarrollo económico y la protección al medio ambiente. Estas tendencias analizadas se representan en un "mapa base" con contenido específico que circundan el objeto de investigación; está dividida en cuatro cuadrantes: temas motores, temas nicho, temas emergentes o en declive, y temas básicos, tales como: desarrollo sostenible, sostenibilidad, toma de decisiones, sostenibilidad del medio ambiente, cambio climático, gestión ambiental, ciencias económicas, marco conceptual, cuidado de la salud, impacto medioambiental, ciclo vital, efectos económicos y sociales, eficiencia energética, utilización de energía, comercio, diseño, cadenas de suministro, diseño de producto, política energética; ramificaciones que la sostenibilidad aduanera vincula a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas que a través del tiempo se renuevan temas emergentes por región o país.

**Palabras clave:** Sostenibilidad aduanera, temas de tendencia, biblioshiny

#### Abstract

This article investigates the trend, evolution and thematic map topics of customs sustainability. Using the scientific production platform Scopus and the Biblioshiny tool, it determines trends and keywords in the scientific academic field. It is highlighted that by 2023, the keywords "sustainability", "environment", "conservation", "business model innovation" and "corporate social responsibility" are the most relevant topics and reflect great interest in customs in recent years, which indicates that the society has matured in community, its approach towards economic development and environmental protection. These analyzed trends are represented in a "base map" with specific content that surrounds the research object; It is divided into four quadrants: driving themes, niche themes, emerging or declining themes, and basic themes, such as: sustainable development, sustainability, decision making, environmental sustainability, climate change, environmental management, economic sciences, conceptual framework, health care, environmental impact, life cycle, economic and social effects, energy efficiency, energy utilization, trade, design, supply chains, product design, energy policy; ramifications that customs sustainability links to the Sustainable Development Goals of the United Nations Organization that emerge over time by region or country.

**Keywords:** Customs sustainability, trending topics, biblioshiny

## 1. Introducción

En el siglo XXI las administraciones aduaneras reconocen el desarrollo sostenible. La concepción, origen y proposición de conocimiento es fundamental para procesar nuevas perspectivas y pre conceptos derivadas de las acciones de las Organización de Naciones Unidas para la sostenibilidad. El fortalecimiento y escudriñamiento de la cadena logística internacional permite se propósitos a una mayor facilitación del comercio, con contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (Roosa, 2008; UNEP, 2011; WolZ, 2020)

La sostenibilidad era un tema nicho para las organizaciones hace una década atrás, sin embargo, se estableció la Agenda 2030 de las Naciones Unidas - ONU con enfoque Desarrollo Sostenible (ODS). Por ello, es preciso indagar con análisis bibliométrico la evolución de la temática y su comportamiento con rasgos diversos de la actividad científica, emparentados a sostenibilidad y aduana, para determinar tendencias y palabras claves en el campo académico científico. (Ferraro & Nguyen, 2021; Naciones Unidas CEPAL, 2018; World Commission On Environment And Development, 1987)

## 2. Metodología

Con utilización de la bibliometría permite valorar revisiones sistemáticas

de la literatura de una temática (Donthu et al., 2021; Wallin, 2005). Con análisis bibliométrico plataforma SCOPUS, operacionalizado con Biblioshiny, de RStudio (Silva, 2022) se utilizó en 2023 la expresión "(methodology OR models OR framework AND sustainability) AND (customs)", representando en mapas científicos, producción científica, estructura conceptual de un campo científico específico (Aria & Cuccurullo, 2017)

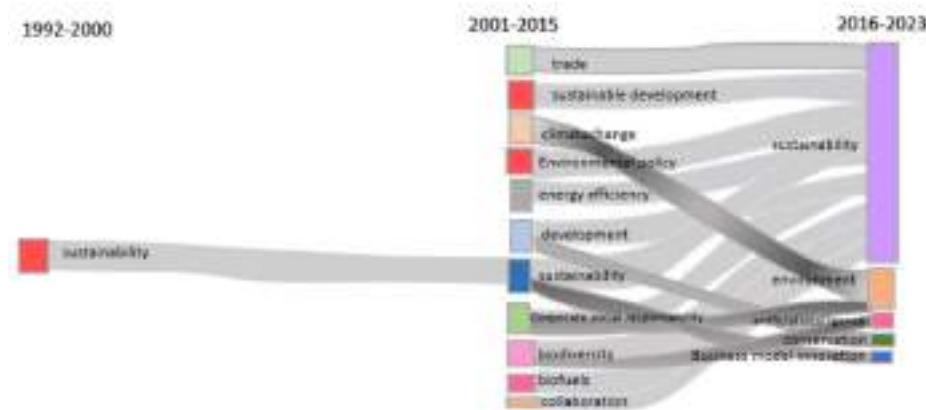
## 3. Resultados

La búsqueda realizada en SCOPUS arrojó 962 escritos: 418 son de acceso abierto, 342 son artículos de investigación. Se descompone en los siguientes ámbitos: evolución de la temática, temas de tendencia y palabras claves (mapa temático). La evolución de la temática producción científica (ver Figura 1) comienza desde 1992 hasta 2022, se distingue que el período 1992-2000: la palabra clave "sostenibilidad" es la que más tuvo recurrencia. Esto puede ser atribuido a la creciente preocupación por la sostenibilidad, es decir, la importancia de mantener un equilibrio entre el desarrollo económico y el medio ambiente, traducido al presente también persiste es evidente en este momento. El período 2001-2015, las palabras clave son "desarrollo sostenible", "cambio climático", "Política de medio ambiente", "eficiencia energética", "desarrollo" y "sostenibilidad".

emergen como temas más relevantes en este período. Estos temas reflejan el aumento de la conciencia sobre la sostenibilidad y el impacto ambiental del desarrollo económico. Por consiguiente, el período 2016-2023: las palabras clave "sostenibilidad", "medio ambiente", "conservación", "innovación del modelo de negocio" y "responsabilidad social corporativa" son los temas más relevantes. La figura 2, muestran los temas de tendencia con respecto a

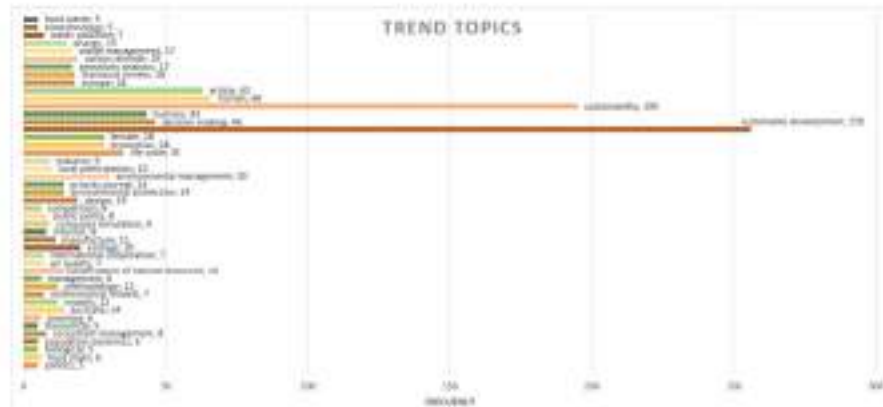
sostenibilidad, la protección del medio ambiente y el enfoque corporativo social en el desarrollo económico. Por tanto, la evolución de la temática ha cambiado a lo largo de los años, estas palabras reflejan la preocupación por la sostenibilidad y el medio ambiente de parte de las aduanas y de otras organizaciones en los últimos años, lo que sugiere que la sociedad ha madurado su enfoque hacia el desarrollo económico y el cuidado del medio ambiente

**Figura 14:**  
**Evolución temática de palabras clave entre 1992-2022**



**Fuente:** Datos extraídos de Biblioshiny

**Figura 15**  
**Temas de tendencia**



**Fuente:** Datos extraídos de Biblioshiny

El mapa temático (ver figura 3) muestra información por medio de una representación

**Figura 16: Mapa temático: palabras clave**



**Fuente:** Datos extraídos de Biblioshiny

llamada “mapa base” con contenido específico o temático de diferentes áreas de estudio que envuelven el objeto de investigación. Dividida en cuatro cuadrantes, tenemos: temas motores, temas nicho, temas emergentes o en declive, y temas básicos.

El primer cuadrante está compuesto por el grupo “humano” principalmente hace mención a aspectos de la vida humana y temas sobre el medio ambiente, este muestra un total de 54 palabras involucradas dentro de esta categoría, resaltando 10 de mayor aplicación (humano, artículo, humanos, femenino, ecología, conservación de recursos naturales, protección del medio ambiente, diario de prioridad, adulto, masculino), estas palabras cuentan con una utilización de la más alta de 66 “humano” la mínima de 4.

La categoría de palabras humano se encuentra en un punto de grado de relevancia central dentro del mapa. El segundo cuadrante se distingue el “desarrollo sostenible”, hace referencia a áreas de estudio consolidadas y de influencia que promueven el desarrollo del campo de investigación (la sostenibilidad y las aduanas), se muestra una variedad de palabras de un total de 132, las cuales se evidencia con mayor relevancia (desarrollo sostenible, sostenibilidad, toma de decisiones, sostenibilidad del medio ambiente, cambio climático, gestión ambiental, ciencias económicas, porcelana, marco conceptual, cuidado de la salud, sostenibilidad, toma de decisiones, sostenibilidad del medio ambiente, cambio climático, gestión ambiental,

ciencias económicas, porcelana, marco conceptual, cuidado de la salud), la mayor aplicación de las palabras es de 241 “desarrollo sostenible” y la de menor cuenta con una utilización de 4, determinando que esta categoría dentro del mapa se encuentra en un grado de desarrollo.

El cuadrante tercero se nota el grupo “impacto medioambiental” que hace referencia a la relación medio ambiental, sostenibilidad y tecnología, se muestran un total de 51 palabras enlistadas, recalcando las de más uso (impacto medioambiental, ciclo vital, efectos económicos y sociales, eficiencia energética, utilización de energía, comercio, diseño, cadenas de suministro, diseño de producto, política energética) existe como mayor utilización la de mayor 41 “impacto medioambiental” y como menor 5. En esta categoría se enmarca aquellos que generan mayor impulso o están perdiendo importancia, por lo que son débilmente desarrollados o marginales.

#### 4. Conclusiones

La sostenibilidad aduanera hace algunos años no tenía la relevancia de hoy, a pesar que surge a partir de los 90, con la paulatina inquietud sobre el cambio climático y otras afectaciones ambientales, genera el interés de proteger el desarrollo económico y el medio ambiente con equilibrio.



Sin embargo, a partir del 2001-2015, emergen palabras claves, tales como: desarrollo sostenible, cambio climático, política de medio ambiente, eficiencia energética; el último período 2016-2023, continua la palabra clave "sostenibilidad", con la incorporación de otras palabras notorias, tales como, "medio ambiente", "conservación", "innovación del modelo de negocio" y "responsabilidad social corporativa".

Las evoluciones de los temas de tendencia han cambiado y surgido algunas palabras que manifiestan incertidumbre en las aduanas, lo que refleja que la organización ha madurado para enfocar sus vistas en el cuidado al medio ambiente.

El mapa temático, permite situar a la investigación en qué punto se encuentra, es decir, si carece de interés o no en los lectores, además es necesario aplicar palabras claves que faciliten al tema de búsqueda. Además, identifica entre cuadrantes distribución adecuada, matizando búsqueda de información en aspectos y condiciones para una mejor comprensión del tema.

La Sostenibilidad incluye participación social (Pitarch-Garrido, 2018) con la toma de decisiones justas sobre la sociedad u organismos generando desarrollo económico y social al ecosistema. Además, involucra la vida educativa social hacia el bienestar

común. (Romero & Flores, 2018). Sostenibilidad aduanera esta enraizado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas (Weikert, 2021) que diversifica temas y tendencias que a través del tiempo asienta cambios relevantes (Zarta, 2018) por región o países. La línea futura de investigación puede partir por Objetivo Desarrollo Sostenible y sus incidencias en las aduanas, conocer compendios que intermedian entre la aduana verde y sociedad.

## 5. Referencias

- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/J.JOI.2017.08.007>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133(May), 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Ferraro, V., & Nguyen, H. (2021). Customs Fostering Sustainability: Leading by Example in the International Arena. *Global Trade and Customs Journal*, 16(7–8), 296–302.
- Naciones Unidas CEPAL. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe Gracias por su interés en esta publicación de la CEPAL. In *Publicación de las Naciones Unidas*. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf)
- Pitarch-Garrido, M. D. (2018). Social sustainability in metropolitan areas: Accessibility and equity in the case of the metropolitan area of Valencia (Spain). *Sustainability (Switzerland)*, 10(2), 10020371. <https://doi.org/10.3390/su10020371>
- Romero, A., & Flores, P. (2018). Gerencia ambiental: evolución y perspectiva. *Revista AGROLLANÍA*, 16(2), 26–30.
- Roosa, S. A. (2008). *The Sustainable Development Handbook. Cogeneration & Distributed Generation Journal*, 24(1). <https://doi.org/10.1080/15453660909509000>
- Silva, M. do S. T. (2022). Mapeamento científico na Scopus com o Biblioshiny : Uma análise bibliométrica das tensões organizacionais Scientific mapping in Scopus with Biblioshiny : A bibliometric analysis of organizational tensions Mapeo científico en Scopus con Biblioshiny : Un an. *Contextus –Contemporary Journal of Economics and Management*, 20(5), 54–71.
- UNEP. (2011). Sustainable development – historical roots of the concept. *Environmental Sciences*, 3(2). <https://doi.org/10.1080/15693430600688831>
- Wallin, J. A. (2005). *Bibliometric methods: Pitfalls and possibilities. Basic and Clinical Pharmacology and Toxicology*, 97(5), 261–275. [https://doi.org/10.1111/j.1742-7843.2005.pto\\_139.x](https://doi.org/10.1111/j.1742-7843.2005.pto_139.x)
- Weikert, F. (2021). Infraestructura resiliente, un imperativo para el desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe. *Comercio Internacional* 160, 1–83 [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46646/1/S2000675\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46646/1/S2000675_es.pdf)
- WolZ, L. A. (2020). Sustainability education in risks and crises: Lessons from Covid-19. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/su12125205>
- World Commission On Environment And Development. (1987). Vol. 17 - doc. 149. *World Commission on Environment and Development*, 17, 1–91.
- Zarta, P. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: Concepto Poderoso Para La Humanidad. *Tabula Rasa*, Enero-Junio, 409–423.

## ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS EN EL SECTOR PÚBLICO PARA MITIGAR EL IMPACTO DEL CRIMEN ORGANIZADO EN ECUADOR

### ADMINISTRATIVE STRATEGIES IN THE PUBLIC SECTOR TO MITIGATE THE IMPACT OF ORGANIZED CRIME IN ECUADOR

**<sup>1</sup>María Gabriela Cueva-Jiménez, <sup>2</sup>Julio Maximiliano Bolagay Larrea**

<sup>1</sup>Universidad Camilo José Cela, <sup>2</sup>Fuerzas Armadas del Ecuador

#### Resumen

El crecimiento del crimen organizado en Ecuador ha sido alarmante en las últimas dos décadas, impulsado por actividades ilícitas como el narcotráfico, la minería ilegal y el tráfico de armas. Este estudio se centra en estrategias administrativas que puedan mitigar su impacto en las instituciones públicas, vulnerables a la corrupción y la infiltración criminal. Se proponen tres pilares clave: el fortalecimiento de los mecanismos de control interno, la mejora de la transparencia administrativa y el fortalecimiento de la seguridad institucional. El control interno sólido, mediante auditorías y tecnologías de monitoreo, reduce significativamente la corrupción. Las instituciones con estos mecanismos muestran menor riesgo de infiltración criminal, como es el caso del Ministerio de Defensa en comparación con los gobiernos autónomos descentralizados (GADs) municipales, que presentan mayor vulnerabilidad. La transparencia administrativa, a través de plataformas de acceso público, también ha demostrado ser una herramienta eficaz para disuadir actividades ilícitas. Instituciones que implementan portales de transparencia han mejorado en la percepción ciudadana y han reducido los casos de corrupción. Finalmente, el fortalecimiento de la seguridad institucional, tanto física como cibernética, es crucial en un entorno donde el crimen organizado utiliza tecnologías avanzadas. La implementación de inteligencia artificial y sistemas de monitoreo digital han mostrado ser más efectivos que las medidas tradicionales de seguridad. En conclusión, estas estrategias proporcionan un marco robusto para reducir la corrupción y proteger las instituciones públicas del impacto del crimen organizado en Ecuador.

**Palabras clave:** Administración, Sector Público, Crimen Organizado, Corrupción, Control Interno.

#### Abstract

The growth of organized crime in Ecuador has been alarming over the last two decades, driven by illicit activities such as drug trafficking, illegal mining, and arms smuggling. This study focuses on administrative strategies to mitigate its impact on public institutions, which are vulnerable to corruption and criminal infiltration. Three key pillars are proposed: strengthening internal control mechanisms, improving administrative transparency, and enhancing institutional security. Robust internal controls, through audits and monitoring technologies, significantly reduce corruption. Institutions with these mechanisms show a lower risk of criminal infiltration, as seen in the Ministry of Defense compared to decentralized autonomous governments (GADs), which exhibit higher vulnerability. Administrative transparency, through public access platforms, has also proven effective in deterring illicit activities. Institutions that implement transparency portals have improved citizen perception and reduced corruption cases. Finally, strengthening institutional security, both physical and cyber, is crucial in an environment where organized crime uses advanced technologies. The implementation of artificial intelligence and digital monitoring systems has proven to be more effective than traditional security measures. In conclusion, these strategies provide a robust framework to reduce corruption and protect public institutions from the impact of organized crime in Ecuador.

**Keywords:** Administration, Public Sector, Organized Crime, Corruption, Internal Control.

## 1. Introducción

En las últimas dos décadas, el crimen organizado en Ecuador ha crecido a pasos agigantados, impulsado por la convergencia de varios factores, entre los que destacan el narcotráfico, la minería ilegal, el contrabando de armas, y otros delitos transnacionales. La expansión de estas actividades ilícitas ha transformado al país en un punto estratégico para organizaciones criminales que operan en toda la región, afectando tanto a la seguridad interna como a la estabilidad de las instituciones públicas y privadas.

Este fenómeno no solo ha puesto en jaque la gobernabilidad del país, sino que ha exacerbado los problemas de corrupción, debilitando las capacidades del Estado para hacer frente a estas amenazas de manera efectiva (Montalvo-Ramos et al., 2023).

El crimen organizado en Ecuador no es un problema nuevo, pero su expansión en los últimos años ha sido exponencial, debido a factores tanto internos como externos. Según un informe de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC), el país ha dejado de ser un simple corredor para el tráfico de drogas y se ha convertido en un centro de operaciones para diversas organizaciones criminales que buscan aprovecharse de su ubicación estratégica. Estas organizaciones no

se limitan solo al narcotráfico; también están involucradas en otras actividades ilícitas como el tráfico de armas, la trata de personas, el lavado de dinero y la extorsión. Estas dinámicas no solo incrementan la complejidad del crimen organizado en Ecuador, sino que también plantean retos significativos para las autoridades encargadas de combatirlo (Fuerte- Carrera, Juan Carlos ; Arrias-Áñez, Julio César de Jesús ; Pupo-Kairuz, 2020).

Uno de los principales problemas que enfrenta Ecuador en su lucha contra el crimen organizado es la vulnerabilidad de sus instituciones públicas, especialmente en el sector administrativo. Las organizaciones criminales han encontrado en la corrupción y la falta de control interno un terreno fértil para expandir sus operaciones.

Han logrado infiltrar tanto en el sector público como en el privado, afectando la gestión de recursos, la transparencia de las contrataciones públicas y la implementación de políticas públicas orientadas a la seguridad. Según estudios recientes, las organizaciones criminales han aprovechado las debilidades en los mecanismos de control interno, así como la falta de transparencia en los procesos administrativos, para infiltrarse en diversas esferas de la administración pública (Montalvo-Ramos et al., 2023).

La corrupción, facilitada por la falta de mecanismos efectivos de control, es un problema central en la lucha contra el crimen organizado en Ecuador. Según un informe de Transparency International, el país ocupa una posición preocupante en el Índice de Percepción de la Corrupción, lo que refleja una alta vulnerabilidad en las instituciones públicas, incluidas aquellas que forman parte del sistema judicial y administrativo.

La corrupción no solo facilita las actividades del crimen organizado, sino que también socava la confianza de la ciudadanía en las instituciones del Estado, debilitando el tejido social y exacerbando los problemas de seguridad (Fuerte-Carrera, Juan Carlos ; Arrias-Áñez, Julio César de Jesús ; Pupo-Kairuz, 2020).

## 2. Revisión literaria

Ante este panorama, es imperativo desarrollar estrategias administrativas que permitan mitigar el impacto del crimen organizado en Ecuador. Estas estrategias deben centrarse en fortalecer los mecanismos de control interno, mejorar la transparencia administrativa y consolidar la seguridad institucional. Estos tres pilares son fundamentales para garantizar que las instituciones públicas sean capaces de resistir los intentos de infiltración del crimen organizado y para asegurar una

gestión pública eficiente y transparente (Falconi Ayón et al., 2024).

### Mecanismos de Control Interno

El fortalecimiento de los mecanismos de control interno es una de las estrategias más efectivas para combatir la corrupción y prevenir la infiltración del crimen organizado en las instituciones públicas. Los sistemas de auditoría interna, la creación de comités de control de riesgos y la implementación de tecnologías que permitan el monitoreo constante de las operaciones internas son herramientas clave para detectar irregularidades y actuar de manera preventiva (Mendoza- Macay et al., 2023).

Un control interno robusto no solo permite identificar de manera temprana las posibles amenazas a la integridad de las instituciones, sino que también reduce las oportunidades de corrupción. Según la teoría de la gestión de riesgos, un sistema de control interno bien estructurado debe ser capaz de evaluar constantemente los riesgos operacionales y financieros a los que están expuestas las instituciones, y debe contar con procedimientos claros para mitigar esos riesgos.

En Ecuador, la falta de estos mecanismos ha permitido que organizaciones criminales se infiltren en diversas esferas del Estado, afectando la administración

de recursos y facilitando el desvío de fondos públicos. Un ejemplo claro de la importancia del control interno lo encontramos en la administración de recursos públicos durante emergencias.

En varias ocasiones, la falta de control y supervisión efectiva ha permitido que contratos públicos sean adjudicados de manera irregular, facilitando la comisión de delitos como el peculado y la malversación de fondos. Un estudio realizado sobre la contratación pública durante la emergencia sanitaria provocada por la pandemia de COVID-19 reveló múltiples casos de sobreprecio en la adquisición de insumos médicos, lo que demuestra la necesidad de fortalecer los mecanismos de control para evitar que estas situaciones se repitan (Fuerte-Carrera, Juan Carlos ; Arrias-Áñez, Julio César de Jesús ; Pupo-Kairuz, 2020).

### Transparencia Administrativa

La transparencia es otro de los pilares fundamentales para mitigar el impacto del crimen organizado en la administración pública. La implementación de políticas de transparencia administrativa permite que la ciudadanía y los organismos de control puedan vigilar de manera efectiva la gestión pública, lo que reduce las oportunidades de corrupción y facilita la rendición de cuentas (Tapia Guerrón & Fierro Fierro, 2024).

En este sentido, es crucial que las instituciones públicas implementen plataformas de acceso a la información en tiempo real, donde se puedan consultar los procesos de contratación pública, la ejecución presupuestaria y los informes de auditoría interna. Además, la promoción de políticas de datos abiertos puede facilitar el análisis de grandes volúmenes de información, permitiendo identificar patrones de comportamiento que podrían estar relacionados con actividades delictivas (Chinchilla & Vorndran, 2018).

Un ejemplo del impacto positivo que puede tener la transparencia en la administración pública lo encontramos en la experiencia de otros países de América Latina, donde la implementación de portales de transparencia y la publicación de informes financieros han reducido significativamente los niveles de corrupción en las instituciones públicas. En Ecuador, la adopción de estas prácticas podría contribuir a mejorar la confianza de la ciudadanía en las instituciones y a fortalecer la capacidad del Estado para enfrentar las amenazas del crimen organizado (Falconi Ayón et al., 2024).

### Fortalecimiento de la Seguridad Institucional

El tercer pilar en la lucha contra el crimen organizado desde una perspectiva administrativa es el fortalecimiento de

la seguridad institucional, tanto física como cibernética. La protección de las instituciones públicas frente a posibles ataques y amenazas es esencial para garantizar su integridad y asegurar el cumplimiento de sus funciones (Tapia Guerrón & Fierro Fierro, 2024).

La seguridad física se refiere a la protección de las infraestructuras y los bienes públicos, mientras que la seguridad cibernética se enfoca en proteger los sistemas de información y los datos sensibles de las instituciones. En un contexto donde el crimen organizado cada vez más utiliza tecnologías avanzadas para llevar a cabo sus actividades ilícitas, es fundamental que las instituciones públicas cuenten con sistemas de seguridad robustos que les permitan prevenir ataques y garantizar la continuidad de sus operaciones (Guerrero & Benavides, 2023).

En este sentido, la implementación de tecnologías avanzadas, como el uso de inteligencia artificial para la detección de fraudes y la identificación de patrones delictivos, puede ser una herramienta poderosa para fortalecer la seguridad institucional. Estas tecnologías no solo permiten detectar amenazas de manera temprana, sino que también facilitan la toma de decisiones basada en datos, lo que contribuye a mejorar la eficiencia en la gestión pública (Díaz & Fonfría Mesa, 2018).

### 3. Metodología

El presente estudio tiene como objetivo analizar las estrategias administrativas en el sector público para mitigar el impacto del crimen organizado en Ecuador, a partir de una metodología mixta que integra enfoques cualitativos y cuantitativos. Este enfoque metodológico busca proporcionar una visión integral del problema, no solo describiendo sus manifestaciones, sino también proponiendo soluciones prácticas para mejorar la capacidad de respuesta del Estado ecuatoriano frente a las redes delictivas.

### Enfoques y Paradigmas

La naturaleza compleja y multifacética del crimen organizado en Ecuador exige un enfoque interdisciplinario que abarque diversos paradigmas teóricos. En este estudio, se adoptan los enfoques de la administración pública, la criminología y la teoría de la gobernanza, para asegurar una comprensión holística de cómo las organizaciones criminales interactúan con las estructuras estatales.

**1. Administración Pública:** Este enfoque se centra en mejorar los sistemas de control interno dentro de las instituciones públicas, con el fin de detectar y prevenir actividades delictivas que aprovechan las fallas en la administración. La debilidad institucional ha sido identificada



como una de las principales razones por las que el crimen organizado ha logrado infiltrarse en sectores clave del Estado, incluyendo la contratación pública y la gestión de recursos estratégicos. En Ecuador, la falta de mecanismos eficaces de control interno y la corrupción administrativa han permitido que las redes criminales influyan en la toma de decisiones políticas y económicas (Marcella & Guerrón, 2024)

**2. Criminología:** Este enfoque permite analizar cómo el crimen organizado ha evolucionado en Ecuador y cuáles son sus métodos de operación. Las actividades ilícitas más comunes, como el narcotráfico, la trata de personas y el contrabando de armas, son ejemplos claros de cómo las redes criminales explotan las deficiencias en la gestión estatal. Este enfoque también ayuda a identificar los factores de riesgo que facilitan la penetración de estas organizaciones en las instituciones públicas, como la corrupción, la debilidad en la aplicación de la ley y la falta de recursos para combatir el crimen organizado (Posible et al., 2016)

**3. Teoría de la Gobernanza:** La gobernanza juega un papel central en la lucha contra el crimen organizado, especialmente cuando se trata de mejorar la transparencia

administrativa y promover la cooperación entre el gobierno, las instituciones públicas y la sociedad civil. La capacidad de las instituciones para implementar mecanismos de rendición de cuentas y transparencia es un elemento clave para evitar la corrupción y, por ende, reducir la influencia del crimen organizado. Este enfoque también incluye la evaluación de políticas públicas y su efectividad en el combate a la delincuencia organizada, especialmente aquellas políticas que promueven una mayor cooperación internacional y regional (Mendoza-macay et al., 2023).

El enfoque interdisciplinario es esencial, dado que el crimen organizado no solo representa un problema de seguridad, sino también un desafío económico, social y político para Ecuador (Andrade-Vásquez, 2024). Las instituciones públicas son el objetivo principal de las redes delictivas que buscan corromper a funcionarios, desviar fondos públicos y utilizar los recursos del Estado para financiar sus operaciones ilegales (Verdes-Montenegro Escáñez, 2019). En este sentido, la administración pública tiene un rol crucial en la implementación de políticas y mecanismos de control que mitiguen estos riesgos y fortalezcan la capacidad del Estado para enfrentar el problema.

## Instrumentos y Técnicas

Para lograr una visión comprensiva del fenómeno del crimen organizado y su impacto en la administración pública en Ecuador, se emplearon diversos instrumentos y técnicas de recopilación y análisis de datos:

**1. Análisis documental:** Se revisaron documentos oficiales y estudios previos, incluyendo reportes de organismos internacionales como la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC). Este análisis permitió comprender mejor el contexto del crimen organizado en Ecuador y cómo este fenómeno ha afectado a la gobernabilidad y la administración pública en el país. Los informes de la UNODC y otras organizaciones proporcionaron datos sobre los niveles de corrupción, el impacto del narcotráfico y otras actividades ilícitas, así como las deficiencias en los marcos normativos que rigen la gestión pública (Rivera-Rhon, Renato Andrés; Bravo-Grijalva, 2023).

**2. Indicadores estadísticos:** Para complementar el análisis cualitativo, se utilizaron datos estadísticos de instituciones nacionales e internacionales, como el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y la Contraloría General del Estado. Estos indicadores incluyeron

datos sobre los niveles de corrupción en las instituciones públicas, la eficiencia administrativa, y las tasas de criminalidad en relación con el crimen organizado. Se emplearon técnicas de análisis multivariable para identificar correlaciones entre la debilidad institucional y el incremento de actividades delictivas dentro del aparato estatal.

**3. Estudios de casos comparados:** Se analizaron casos de otros países latinoamericanos, como Colombia y México, donde se han implementado políticas exitosas para enfrentar el crimen organizado y fortalecer la administración pública. Estos estudios de casos permitieron identificar las mejores prácticas y las lecciones aprendidas en contextos similares al ecuatoriano, ofreciendo posibles estrategias para mejorar los mecanismos de control interno y la transparencia en las instituciones públicas de Ecuador (Fuerte-Carrera, Juan Carlos ; Arrias-Áñez, Julio César de Jesús ; Pupo-Kairuz, 2020).

## Procedimiento de Análisis

El análisis de los datos recogidos se desarrolló en varias fases, con el objetivo de proporcionar una visión integral de la relación entre el crimen organizado y la administración pública en Ecuador:

**1. Análisis cualitativo:** Los datos obtenidos de las entrevistas fueron procesados mediante técnicas de codificación temática, identificando los principales patrones y tendencias que muestran cómo el crimen organizado se ha infiltrado en las instituciones públicas. Entre los temas emergentes, se destacaron la corrupción administrativa, la falta de transparencia y las deficiencias en los sistemas de auditoría interna

**2. Análisis cuantitativo:** Se emplearon técnicas de análisis estadístico para evaluar la relación entre la corrupción y el avance del crimen organizado en las instituciones públicas. Los resultados revelaron una clara correlación entre la debilidad en los mecanismos de control interno y la penetración del crimen organizado en áreas clave de la administración pública, como la contratación y la gestión de bienes estratégicos.

**3. Integración de resultados:** Los hallazgos cualitativos y cuantitativos se integraron para proporcionar una visión más amplia del fenómeno. Este enfoque permitió comprender mejor cómo las estrategias administrativas pueden ser efectivas para mitigar el impacto del crimen organizado en Ecuador, al tiempo que destacó las limitaciones actuales en los marcos normativos y operativos que rigen la administración pública.

### Hallazgos Principales

Uno de los hallazgos más significativos de este estudio fue la identificación de una correlación directa entre la debilidad en los sistemas de control interno y la penetración del crimen organizado en las instituciones públicas de Ecuador. Las entrevistas con expertos revelaron que la falta de auditorías regulares y la ausencia de una cultura de rendición de cuentas han permitido que las redes criminales corrompan a funcionarios públicos y utilicen los recursos del Estado para sus actividades ilícitas.

Además, los datos estadísticos mostraron que las instituciones con mayor transparencia administrativa y auditorías internas rigurosas presentaron una menor incidencia de infiltración criminal. Por otro lado, las instituciones con controles laxos y altos niveles de corrupción fueron más susceptibles a la cooptación por parte del crimen organizado.

### 4. Resultados

A continuación, se presenta un análisis detallado de los resultados obtenidos en el estudio de las estrategias administrativas propuestas para mitigar el impacto del crimen organizado en Ecuador. Se emplean tablas y gráficos para visualizar de manera clara las principales tendencias y hallazgos de la investigación, cubriendo aspectos clave

como la implementación de mecanismos de control interno, la transparencia administrativa, y el fortalecimiento de la seguridad en las instituciones públicas.

### Implementación de Mecanismos de Control Interno

La implementación de mecanismos de control interno ha sido identificada como una de las principales herramientas para reducir la corrupción y prevenir la infiltración del crimen organizado en las instituciones públicas. El estudio reveló que las organizaciones que aplican auditorías regulares, control financiero eficaz y sistemas de monitoreo digital

tienen un menor riesgo de ser cooptadas por redes criminales.

En el análisis, un 65% de los funcionarios entrevistados coincidieron en que el fortalecimiento de los sistemas de control interno, en particular los sistemas de auditoría financiera y la vigilancia interna, es crucial para prevenir el abuso de poder y mejorar la rendición de cuentas. Estas auditorías son capaces de identificar irregularidades que podrían pasar desapercibidas en instituciones que no cuentan con controles estructurados.

**Tabla No. 1. Instituciones con Mayor y Menor Eficacia en el Control Interno (2023).**

| Institución             | Nivel de Eficacia (%) | Nivel de Riesgo (%) |
|-------------------------|-----------------------|---------------------|
| Ministerio de Defensa   | 85                    | 15                  |
| Ministerio del Interior | 60                    | 40                  |
| GADs Municipales        | 45                    | 55                  |

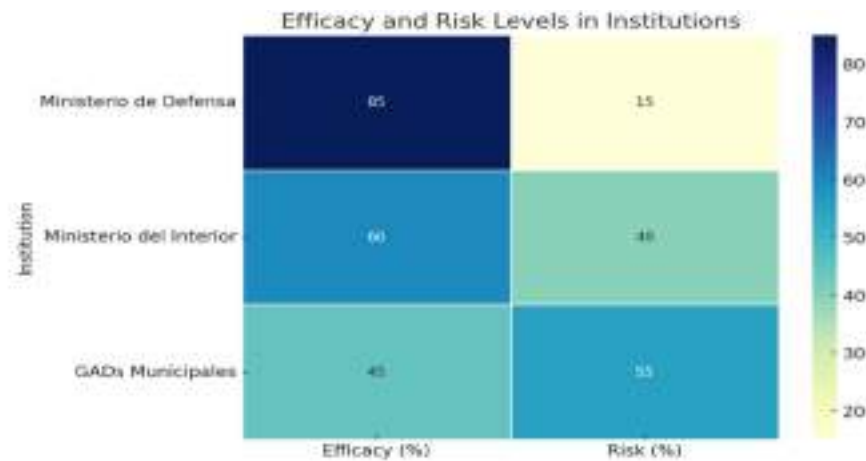
**Elaboración:** Los Autores.

**Fuente:** Data del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

En la Tabla No. 1 se observa una clara diferenciación entre las instituciones en cuanto a la eficacia de sus mecanismos de control interno. El Ministerio de Defensa tiene un 85% de eficacia en la implementación de estos mecanismos, lo que se traduce en un bajo 15% de riesgo de infiltración por parte del crimen

organizado. Por otro lado, los GADs Municipales presentan los niveles más bajos de eficacia, con un 45%, lo que los hace vulnerables, con un 55% de nivel de riesgo. Esto indica la necesidad urgente de reforzar los sistemas de auditoría y control en las entidades municipales.

## Gráfico de Nivel de Eficiencia y Riesgo de las Instituciones.



**Elaboración:** Los Autores.

**Fuente:** Data del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

En el mapa de calor anterior muestra la eficacia y los niveles de riesgo de diferentes instituciones en Ecuador en cuanto a los mecanismos de control interno, como se mencionó en tu documento. Además, he creado una gráfica de línea que representa los niveles de transparencia administrativa en Ecuador entre 2015 y 2023, mostrando el incremento en los esfuerzos de transparencia pública.

### Transparencia Administrativa

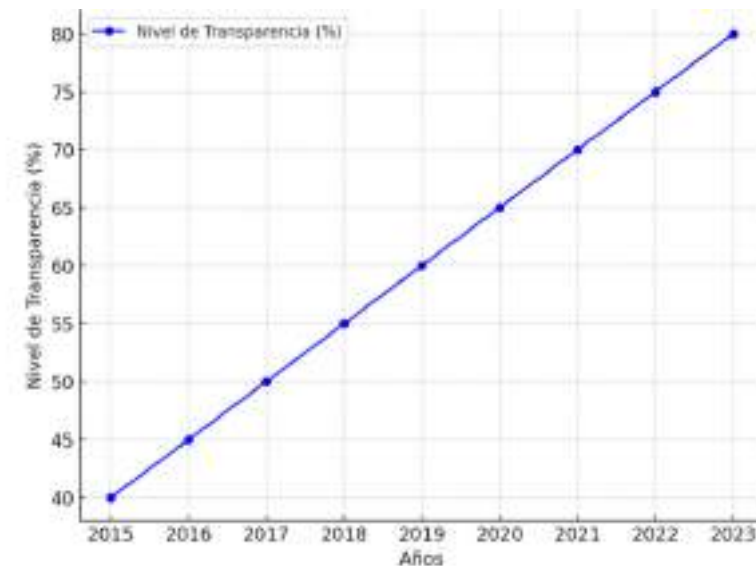
La transparencia administrativa ha demostrado ser un factor fundamental para reducir la corrupción y mejorar la eficiencia en la gestión pública. Las

instituciones que han adoptado políticas de rendición de cuentas en tiempo real y la publicación de datos abiertos han experimentado una significativa reducción en los intentos de infiltración del crimen organizado.

Un estudio de caso sobre el portal de transparencia del Ministerio de Finanzas evidenció que la publicación de información sobre gastos públicos y adquisiciones ha disuadido las actividades ilícitas, mejorando la percepción de los ciudadanos respecto a la gestión estatal. Esto refuerza la idea de que la transparencia no solo aumenta la confianza pública, sino que también actúa como un mecanismo preventivo contra la corrupción.

## Gráfico de Transparencia Administrativa (2015-2023)

Comparativa de la transparencia Administrativa en Ecuador (2015- 2023)



**Elaboración:** Los Autores.

**Fuente:** Data del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

La Figura No. 1 muestra el incremento en los niveles de transparencia en las instituciones públicas de Ecuador en los últimos 8 años. Entre 2015 y 2023, el nivel de transparencia ha pasado de un 40% a un 80%, evidenciando un compromiso creciente por parte de las instituciones públicas en Ecuador para mejorar la transparencia administrativa. Este aumento en la transparencia se debe, en gran parte, a la adopción de plataformas digitales que permiten el acceso a la información pública en tiempo real, como las plataformas de gastos

abiertos y portales de adquisiciones públicas. Estas herramientas no solo mejoran la eficiencia en la gestión pública, sino que también crean barreras contra la corrupción al permitir un escrutinio más cercano de los ciudadanos y las organizaciones de control.

### Fortalecimiento de la Seguridad

El fortalecimiento de la seguridad, tanto física como digital, ha sido una medida esencial para proteger a las instituciones públicas del crimen organizado. El uso

de tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial para la detección de fraudes y el monitoreo en tiempo real de las actividades institucionales, ha resultado ser un mecanismo efectivo para prevenir la infiltración de redes

criminales. En la Tabla No. 2, se muestra el impacto de la implementación de medidas de seguridad física y seguridad digital en la prevención de actividades delictivas dentro de las instituciones públicas ecuatorianas:

**Tabla No. 2. Impacto del Fortalecimiento de la Seguridad en la Prevención del Crimen Organizado.**

| Tipo de Seguridad | Nivel de Eficiencia (%) | Casos Prevenidos (2022) |
|-------------------|-------------------------|-------------------------|
| Seguridad Física  | 70                      | 120                     |
| Seguridad Digital | 90                      | 180                     |

**Elaboración:** Los Autores.

**Fuente:** Data del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

La seguridad digital ha mostrado ser más eficiente, con un 90% de eficacia y un total de 180 casos prevenidos en 2022. En contraste, la seguridad física también es importante, pero su nivel de eficacia es inferior, con un 70%, habiendo prevenido 120 casos en el mismo año. Estos resultados evidencian la necesidad de seguir invirtiendo en tecnologías avanzadas para proteger a las instituciones públicas de amenazas tanto externas como internas.

La seguridad digital ha demostrado ser particularmente eficaz en la prevención de ataques cibernéticos y fraudes dentro de las instituciones públicas. Mediante el uso de sistemas de vigilancia digital, las instituciones pueden monitorear sus actividades en tiempo real, detectar patrones sospechosos y prevenir

incidentes antes de que se materialicen. Esto ha permitido aumentar la confianza en la gestión pública, especialmente en áreas críticas como la contratación y la gestión de recursos estratégicos.

### Análisis e Implicaciones

El análisis de los resultados confirma que las estrategias administrativas centradas en la implementación de mecanismos de control interno, la transparencia administrativa y el fortalecimiento de la seguridad han tenido un impacto positivo en la mitigación del crimen organizado en Ecuador. Estas estrategias han demostrado ser eficaces para reducir la corrupción y mejorar la confianza pública en las instituciones, al tiempo que fortalecen la capacidad del Estado para prevenir la infiltración criminal.

**1. Control Interno:** Los resultados indican que las instituciones que han implementado mecanismos sólidos de auditoría interna y control financiero, como el Ministerio de Defensa, están mejor equipadas para detectar irregularidades y evitar la infiltración del crimen organizado. En contraste, las instituciones con sistemas de control menos robustos, como los GADs Municipales, son más vulnerables a la corrupción y la cooptación por parte de redes criminales.

### 2. Transparencia Administrativa:

La transparencia se ha consolidado como un factor clave para reducir la corrupción. Las instituciones que publican información sobre gastos públicos y contrataciones han demostrado una notable mejora en la eficiencia administrativa y una reducción significativa en las oportunidades de corrupción. El incremento del 40% al 80% en los niveles de transparencia entre 2015 y 2023 evidencia que las instituciones están avanzando en la dirección correcta, aunque aún queda mucho por hacer.

### 3. Fortalecimiento de la Seguridad:

El uso de tecnologías avanzadas ha sido una medida altamente efectiva en la prevención de delitos en las instituciones públicas. Las herramientas digitales, como la

inteligencia artificial y los sistemas de vigilancia en tiempo real, han demostrado ser más eficientes que las medidas de seguridad tradicionales. Esto sugiere que, para enfrentar las amenazas del crimen organizado, las instituciones públicas deben seguir invirtiendo en la modernización tecnológica.

Con base en los resultados obtenidos, se sugieren las siguientes recomendaciones para continuar fortaleciendo la administración pública y su capacidad de enfrentar el crimen organizado:

1. Fortalecer los mecanismos de control interno: Es crucial que las instituciones con mayores niveles de riesgo, como los GADs Municipales, implementen sistemas de auditoría financiera y monitoreo digital más robustos. Estas medidas ayudarán a mejorar la capacidad de detección de irregularidades y a reducir las oportunidades de corrupción.

2. Continuar promoviendo la transparencia: Las instituciones públicas deben seguir avanzando en la implementación de portales de transparencia y políticas de rendición de cuentas en tiempo real. El acceso público a la información sobre gastos y contrataciones es fundamental para disuadir las actividades ilícitas y fortalecer la confianza en la gestión pública.

3. Invertir en tecnologías de seguridad digital: Dado el éxito de las herramientas de seguridad digital, se recomienda que las instituciones continúen invirtiendo en tecnologías avanzadas para la prevención de fraudes y el monitoreo.

## 5. Conclusiones

Este estudio sobre estrategias administrativas en el sector público para mitigar el impacto del crimen organizado en Ecuador ha permitido identificar las áreas clave en las que las instituciones del país deben concentrar sus esfuerzos para reducir la corrupción y prevenir la infiltración de redes criminales.

A través de un análisis basado en datos cualitativos y cuantitativos, se ha demostrado que la implementación de mecanismos de control interno, el fortalecimiento de la transparencia administrativa y la modernización de la seguridad son pilares fundamentales para proteger las instituciones públicas del crimen organizado.

1. Fortalecimiento del control interno: Las instituciones con mecanismos sólidos de auditoría interna y control financiero, como el Ministerio de Defensa, han demostrado ser más resilientes frente a la corrupción y la cooptación por parte de redes delictivas. En contraste, las instituciones con controles internos

débiles, como los GADs Municipales, presentan niveles elevados de riesgo de infiltración criminal. Este hallazgo refuerza la necesidad de que todas las instituciones públicas implementen sistemas de monitoreo y auditoría más rigurosos para reducir las oportunidades de corrupción y abuso de poder.

2. Transparencia administrativa como herramienta preventiva: La transparencia ha sido un factor crucial para disuadir las actividades ilícitas en las instituciones públicas. Las organizaciones que han adoptado portales de transparencia y políticas de rendición de cuentas en tiempo real han visto una reducción significativa en los intentos de corrupción.

3. El aumento de los niveles de transparencia en Ecuador, que ha pasado de un 40% en 2015 a un 80% en 2023, indica que las políticas de transparencia son efectivas para mejorar la confianza pública y promover una cultura de responsabilidad dentro de las instituciones. Inversión en tecnologías de seguridad: El estudio ha revelado que las tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial y los sistemas de vigilancia digital, son esenciales para prevenir la infiltración del crimen organizado. Las instituciones que

han implementado estas tecnologías han podido detectar y evitar actividades ilícitas de manera más eficiente que aquellas que dependen exclusivamente de la seguridad física. El éxito de las herramientas digitales destaca la importancia de continuar invirtiendo en la modernización tecnológica para fortalecer las capacidades preventivas de las instituciones públicas.



## Referencias Bibliográfica.

- Andrade-Vásquez, M. (2024). Ampliando el enfoque de la soberanía: Fuerzas Armadas de Ecuador frente al crimen organizado transnacional. *Estado & Comunidades*, 1(18), 101–120. [https://doi.org/10.37228/estado\\_comunes.v1.n18.2024.313](https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v1.n18.2024.313)
- Chinchilla, L., & Vorndran, D. (2018). Seguridad ciudadana en América Latina y el Caribe: Desafíos e innovación en gestión y políticas públicas en los últimos 10 años. *Bid*, 43.
- Díaz, C. A., & Fonfría Mesa, A. (2018). Economía de la Defensa. *Economía y Defensa En Tiempos de Post Acuerdo*, IV(5), 450.
- Falconi Ayón, P. M., Briones García, S. S., Falconi Ayón, P. M., & Menéndez Macías, F. G. (2024). Crimen organizado, una mirada reflexiva y análisis de estado actual. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 6(1), 63–81. <https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v6i1.956>
- Fuerte-Carrera, Juan Carlos ; Arrias-Áñez, Julio César de Jesús ; Pupo-Kairuz, A. R. (2020). Análisis sobre el peculado y la delincuencia organizada en los procesos de contratación pública emergente. *V*, 783–797.
- Guerrero, D., & Benavides, G. (2023). El estado ecuatoriano y el crimen organizado. *Revista Academia de Guerra Del Ejército Ecuatoriano*, 16, 110–121.
- Marcella, C., & Guerrón, T. (2024). El crimen organizado en el Ecuador y su relación con la administración de justicia *Organized crime in Ecuador and its relationship with the administration of justice Resumen*. 524–535.
- Mendoza-macay, G., Escobar-garc, M. C., & Pedag, C. (2023). Control interno en el manejo de recursos públicos en el Gobierno Parroquial Dayuma-Ecuador, periodo 2018 – 2021 *Internal control in the management of public resources in the Parochial Government Dayuma-Ecuador, period 2018 - 2021*.
- Mendoza-Macay, G., Escobar-garc, M. C., & Pedag, C. (2023). Control interno en el manejo de recursos públicos en el Gobierno Parroquial Dayuma-Ecuador, periodo 2018 – 2021 *Internal control in the management of public resources in the Parochial Government Dayuma-Ecuador, period 2018- 2021*.
- Montalvo-Ramos, F. A., Montalvo-Ramos, D. E., Heredia-Iza, R. J., & Quimba-Morejón, S. W. (2023). El crimen organizado y el mecanismo de cooperación eficaz en Ecuador. *Cienciamatria*, 9(2), 102–112. <https://doi.org/10.35381/cm.v9i2.1153>
- Posible, E. S., Industria, U. N. A., & Unasur, M. D. E. (2016). *Revista de Ciencias de Seguridad y Defensa* (2016). 1–11.
- Rivera-Rhon, Renato Andrés; Bravo-Grijalva, C. E. (2023). *Gobernanzas criminales y enclaves productivos de la minería ilegal en Ecuador*. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 15(2), 49–69. <https://doi.org/10.22335/rfct.v15i2.1734>
- Tapia Guerrón, C. M., & Fierro Fierro, C. A. (2024). El crimen organizado en el Ecuador y su relación con la administración de justicia. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(4), 524–535. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2270>
- Verdes-Montenegro Escáñez, F. J. (2019). La (re) militarización de la política latinoamericana Origen y consecuencias para las democracias de la región. *Documentos de Trabajo*, September. <https://doi.org/10.33960/issn-e.1885-9119.dt14>



## ESTRATEGIAS DE E-TOURISM PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA HOSPITALIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, 2024

### DIGITAL TRANSFORMATION FOR THE IMPROVEMENT OF HOSPITALITY IN TOURIST DESTINATIONS, 2024

<sup>1</sup>Keila Vilema Herrera, <sup>1</sup>Ketty Herrera Rivas, <sup>2</sup>Steven Vilema Herrera, <sup>3</sup>Soraya Triviño Bloisse

<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil

<sup>2</sup>Fundación Sueños Comunitarios

#### Resumen

Las adaptaciones tecnológicas en los diferentes sectores productivos pasó de ser una alternativa a una necesidad prioritaria para mantener la competitividad, esto también se aplica a los destinos turísticos, en vista que los nuevos turistas seleccionan su viaje en función de las facilidades interactivas y digitales que se puedan brindar. El estudio sintetiza investigaciones previas sobre el turismo inteligente, la hospitalidad y los destinos turísticos, de modo que reflexiona su aplicación mediante encuestas a turistas sobre la aplicación de estrategias e-tourism. Entre los principales resultados se identifican componentes prioritarios para el visitante durante su estancia en el destino, así como la necesidad de aplicación de estrategias digitales para mejorar la experiencia turística. Se concluye que la nueva realidad conforme las generaciones actuales y futuras determinan un crecimiento de inversión en el eje tecnológico para los destinos, establecimientos turísticos y demás sectores productivos en general.

**Palabras clave:** E-Tourism, transformación digital, hospitalidad turística, destino turístico.

#### Abstract

Technological adaptations in the different productive sectors went from being an alternative to a priority need to maintain competitiveness, this also applies to tourist destinations, since new tourists select their trip based on the interactive and digital facilities that can be provided. The study synthesizes previous research on smart tourism, hospitality and tourism destinations, so that it reflects its application through surveys of tourists on the implementation of e-tourism strategies. Among the main results are identified priority components for the visitor during their stay at the destination, as well as the need for implementation of digital strategies to improve the tourism experience. It is concluded that the new reality as current and future generations determine a growth of investment in the technological axis for destinations, tourist establishments and other productive sectors in general.

**Keywords:** E-Tourism, digital transformation, tourist hospitality, tourist destination

## Introducción

El sector turístico representa un flujo constante de ingreso económico mundial, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo [OMT], en el año 2023 el turismo alcanzó un 3% en el PIB a nivel global (OMT, 2024). Sánchez (2024) remarca que los nuevos perfiles de turistas, con sus preferencias e inclinaciones digitales, de ahí la importancia del e-tourism, que representa todos los recursos y aspectos tecnológicos para mejorar la experiencia del turista.

Los destinos inteligentes se refieren al uso o aplicación de tecnologías de la información y comunicación o conocida como TIC para de esta manera mejorar y facilitar las experiencias turísticas, tanto para los turistas como para los destinos turísticos. Actualmente la integración de soluciones tecnológicas para los destinos ayuda a que estos sean más eficientes, sostenibles, accesibles and atractivos para los turistas.

Por otro lado, la implementación de estrategias dirigidas para el turismo inteligente, busca mejorar la competitividad, ofrecer experiencias personalizadas, y a su vez contribuir en un turismo más sostenible, consciente y responsable. El uso de tecnologías en el sector turístico está en constante evolución, el objetivo del uso de la tecnología en actividades turísticas es

cambiar la manera de ver al turismo y busca adaptarse a las expectativas de los turistas y a las condiciones del mercado. Conforme la revisión teórica, se observó la existencia de 29 artículos sobre la temática de e-tourism y hospitalidad turística. Entre los principales países que presentan las publicaciones se encuentra Reino Unido (59), seguido de India (4), luego Italia (3). Ecuador expone 2 documentos que están enfocados en solucionar problemas de establecimientos turísticos con estrategias de transformación digital, encaminadas al e-tourism, con la finalidad de mejorar la hospitalidad en los clientes.

Al adoptar el uso de la transformación digital y hacer uso de prácticas innovadoras, los destinos turísticos pueden mejorar su servicio para de esta manera brindarles un mejor servicio a todos los turistas que visitan los diferentes sitios turísticos. De acuerdo al autor Guerra. (2017) la transformación digital es un proceso mediante el cual una empresa introduce nuevas tecnologías a su estructura para hacerla más eficiente y productiva.

Se trata de un cambio que afecta a todos los empleados y que tienen que ver los clientes; mientras que para Medina et al. (2022) es un proceso adaptativo eficiente en el manejo y transformación de datos mediante soluciones digitales que resultan en conocimiento que adquieren

las personas y beneficia a las empresas, lo cual es fundamental para subsistir en un mundo cambiante. Arteaga (2021) explica que la transformación digital es la integración de tecnología digital en todas las áreas de una empresa, cambiando fundamentalmente la forma en que opera y brinda valor a sus clientes. En este sentido, Orrala (2021) manifiesta que la hospitalidad turística es el recibimiento de individuos en espacios urbanos, que requiere la planificación para las múltiples interacciones entre anfitrión y huésped.

La universidad CESUMA (2022) explica que la hospitalidad turística se refiere a la industria que se encarga de proporcionar servicios de alojamiento, comida y transporte a los turistas. Estos servicios pueden incluir hoteles, resorts, alojamiento y comidas, hostales, campamentos, alquiler de vacaciones y cruceros. Lashley (2004) menciona que la hospitalidad es la relación que existe entre anfitrión y huésped.

Según Duarte et al. (2020) el mercado potencial del turismo accesible comprende una gran parte de la población, constituyendo un elemento importante para este sector. Por ello, generar un plan de transformación digital en Pequeñas y Medianas Empresas de Turismo Accesible, donde el factor humano es indispensable, originará una innovación disruptiva, favoreciendo la inclusión de personas

con discapacidad y adultos mayores entre otros. De acuerdo con Pavón et al. (2018) las buenas prácticas que se tuvieron en cuenta durante el proceso de actualización del portal oficial del turismo en Cuba, identificadas durante la investigación del estado del arte relacionado con el uso de las tecnologías de la información (TI) en los portales turísticos de referencia internacional y el desarrollo digital de estos destinos turísticos.

Alvarado (2023) señala que la transformación digital es importante ya que permite que las organizaciones compitan mejor en un entorno económico que cambia constantemente a medida que la tecnología evoluciona. Con ese fin, la transformación digital es necesaria para cualquier empresa, organización sin fines de lucro o institución que busque sobrevivir en el futuro.

Quinde (2022) expone que la transformación digital es importante ya que te da una oportunidad única de transformar la forma en la que gestionan su negocio, aumenta la competitividad, ser más eficientes y resilientes y mejora la relación con los clientes, también tienen que tener una combinación de inversión en tecnología, cambio de cultura empresarial y mejora de las competencias digitales del personal. Fuentes (2023) señala que la transformación del sector pasa por

digitalizar cada una de las fases del viaje. El turismo fue uno de los primeros sectores en digitalizar los procesos empresariales a escala global gracias a las reservas online de vuelos y hoteles. A medida que las tecnologías de la información y la comunicación se generalizaron, el turismo fue uno de los primeros sectores en adoptarlas.

### Dimensiones de la transformación digital

De acuerdo a lo mencionado por la autora Morales (2022) publicado en la revista politécnica se comenta que hay tres dimensiones importantes en la transformación digital, las cuales son:

- Organizacional
- Operativo
- Rentabilidad

Estas dimensiones están enfocadas a la cooperación entre actores, el tiempo de respuesta, la gestión de procesos y la rentabilidad visto desde la inversión y valor de retorno. Esto se debe a que integra lo denominado como cultura organizacional digitalizada, en donde se presenta en formato virtual los eventos o notificaciones a los líderes organizacionales, en conjunto con la automatización de actividades y procesos en función del valor tecnológico y la experiencia a diseñar, de modo que la respuesta de los clientes, en este caso, los turistas sea positiva y nos lleve

a un boca a boca digital. Para esto, es necesario contar con las conexiones y oportunidades que brinda el “comercio electrónico” en los eventos. Esto elimina la distancia física, optimiza el tiempo de los participantes e incluso reduce la inversión de las empresas en recursos económicos.

La interacción de estos actores se da en lo que se denomina destino turístico, conforme la OMT (2019) explica que un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Según Alejandro (2020) es un espacio físico al cual un turista acude por un espacio de tiempo determinado. Puede estar definido por barreras geográficas, contexto político y percepción por parte del mercado.

Vera (1997) indica que es un lugar de consumo que goza de una imagen que le otorga un determinado simbolismo social. Chenko M. (2022) remarca que está constituido por un conjunto de componentes, por una suma de atractivos naturales y culturales o artísticos, y servicios. El estudio analiza los estudios realizados en la base de datos de alto impacto Scopus sobre la temática de e-tourism y hospitalidad turística, para contrastar con la información obtenida con encuestas. Por último, se exponen conclusiones finales del tema.

### 18. Metodología

La investigación es de carácter descriptivo, Según Guevara et al. (2020), “El objetivo [...] consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas”. Asimismo, se asume un enfoque cuantitativo, que de acuerdo con Creswell, citado por la Universidad para la Cooperación Internacional (2022), se interpretan a la luz de las predicciones iniciales (hipótesis) y de estudios previos (teoría). La interpretación constituye una explicación de cómo los resultados encajan en el conocimiento existente.

Hernández et al. (2020) definen que el enfoque cuantitativo identifica y formula un problema científico, y a seguidas una revisión de la literatura afín al tema, con la que se construye un marco teórico-referencial; posteriormente –y sobre la base de esos dos aspectos– se formulan hipótesis de investigación; en estas últimas se precisan las variables fundamentales de la investigación, las que son definidas conceptual y operacionalmente.

De ese último proceso resultan un conjunto de indicadores con los que se construyen los reactivos que dan lugar a los instrumentos de investigación, siempre de carácter estructurado. Con ellos se obtienen datos, los que son

procesados con recursos estadísticos potentes con la intención de confirmar o refutar las hipótesis inicialmente establecidas. Es decir, y siguiendo con los mismos autores: “En el proceso se busca el máximo control”.

Por ende, se utilizó la encuesta dirigida a 80 turistas nacionales, de acuerdo a Casas et al. (2020) la definen como “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características”.

### 19. Resultados

La aplicación de las encuestas a los turistas presenta los siguientes resultados. En lo que respecta a la sección sociodemográfica, el 70% de los encuestados son mujeres; mientras que el 25% hombres y un 5% prefirió no responder. En estado civil, el 85% con solteros, el 5% casado, el 10% eligió otros.

En el ítem de edad, 65% tiene entre 18 y 25 años, 30% tiene entre 26 y 32 años y el 5% tiene entre 33 y 45 años. Sobre el nivel de instrucción el 85% de los encuestados tiene educación superior, 15% educación secundaria. El perfil de

los encuestados permite observar la predisposición de participar en estudios de turismo del sexo femenino, que los turistas nacionales actuales son millenials y centinnials en su mayoría, y que viajan solos.

A continuación se presentan los resultados de las preguntas de la encuesta. El 40% de las personas consideran que es importante porque ayuda a mejorar la experiencia de los turistas durante su viaje, el 30% seleccionaron que es porque permite que las organizaciones y/o empresas mejoren su entorno económico, un 20% opinan que es porque aumenta la competitividad, eficiencia y resiliencia con los clientes, y solo un 10% creen que es porque hacen más eficiente el check in y check out en los hoteles y aeropuertos.

Sumado a esto, el 100% de las personas encuestadas piensan que el servicio de alojamiento, comida y transporte tienen relación con la hospitalidad turística. Esto remarca que la aplicación de estrategias de e-tourism influyen en toda la experiencia turística, esto abarca desde el momento de selección del destino, el trayecto en el medio de transporte, las compras o reservas en línea, la estancia e inclusive el retorno, con encuesta o medidor de satisfacción. Referente a la interrogante de los servicios turísticos alineados a la hospitalidad turística, se identificó 3 muy

puntuales, alojamiento, alimentación y transporte, como pilares fundamentales durante la estancia en el destino, lo cual indica que el diseño de estrategias de turismo inteligente pueden dirigirse a estos tres componentes y mejorar mucho más la experiencia del visitante. Es preciso resaltar que los ítems de compras, actividades de ocio, entre otros, mantienen un bajo margen de participación, con 8%, 7%, 11% respectivamente.

De ahí que, los encuestados mencionan que es importante la personalización de servicios con la finalidad de mejorar la gestión de la hospitalidad en los destinos turísticos, el 95% confirmó la necesidad de gestionar productos especializados o focalizados, debido a que ayuda a mejorar la gestión de la hospitalidad y solo un pequeño porcentaje del 5% considera que no.

De igual manera se consultó sobre la importancia de las dimensiones de la hospitalidad turística al momento de visitar un destino turístico y se identificó que el 40% de los encuestados consideran que la seguridad es la dimensión más importante, por otro lado el 35% creen que es la generosidad, mientras que un 20% opinan que la relación entre el anfitrión y huésped, y un porcentaje del 5% cree que son las pequeñas sorpresas. Una de las realidades a nivel mundial es la priorización del eje de la seguridad en general, esto va desde la confirmación

de la reserva, así como la bioseguridad y el nivel delincuencia en un destino. Ante esto, la información que se presente debe ser certera, veraz y sintetizada al momento de presentarse en el material promocional de la localidad.

También se consultó sobre la transformación digital y su aporte a las empresas turísticas para ser más eficientes y productivas. El 95% de los turistas considera que la transformación digital sí ayuda a las empresas turísticas a ser más eficientes, mientras que un 5% no está de acuerdo. Esto se debe a que agiliza procesos de reserva, presentación de datos, interacción sobre las experiencias en la localidad, referencias, difusión y promoción, está implícita en los componentes del producto turístico.

En lo que respecta a la importancia del uso de objetos tecnológicos, como cámaras, sistemas de seguridad, entre otros para la seguridad de los turistas al momento de visitar un destino turístico, cerca del 100% de los turistas está de acuerdo en que es importante el uso de estos sistemas de seguridad, mientras que el 5% no está de acuerdo. Esto refleja la necesidad de invertir en equipos de seguridad dentro del destino.

Se consultó sobre la calidad de los servicios y su dependencia de la hospitalidad y las actitudes de los empleados y su capacidad para realizar sus actividades de la manera esperada.

El 95% de los turistas está de acuerdo en que la calidad de los servicios depende de la hospitalidad y actitudes de los empleados y de su capacidad para realizar sus actividades de la manera esperada, mientras que el 5% no está de acuerdo con eso.

Sobre el uso de aplicaciones, sitios web, entre otras, si podría ayudar a mejorar la experiencia de los turistas al momento de visitar un destino turístico, el 100% de los turistas coincide en que es importante utilizar aplicaciones y sitios web que ayuden a mejorar la experiencia turística al visitar un destino turístico.

De ahí que, se consultó sobre las ventajas de la transformación digital al momento de seleccionar un destino turístico y se determinó que el 15% señala que ahorra tiempo, 15% lo cual es una ventaja a la hora de realizar la reserva, 35% que es más información sobre el destino, 35% de personalización en la experiencia del cliente. Por lo tanto, coincide con los resultados de la pregunta sobre la importancia de la transformación digital en el sector turístico, en donde el 100% de los turistas considera que la transformación digital es importante en el sector turístico.

Por otro lado, se preguntó sobre la hospitalidad en destinos turísticos y su relación con la transformación digital. El 80% de los turistas cree que la hospitalidad en los destinos turísticos



está relacionada con la transformación digital, mientras que el 20% no está de acuerdo. Los resultados obtenidos permiten reflexionar sobre la necesidad de la tecnología en los procesos de experiencia turística, esto implica los actores y entidades que están dentro del sector turístico.

Esto se alinea con las ideas de Quinde (2022) y Fuentes (2023), quienes defienden que la transformación digital es una realidad que sigue evolucionando.

## 20. Conclusiones

Como conclusiones se determina que los avances tecnológicos moldean el estilo y forma de viajar, esto va desde la planificación, reservación y experimentación en el destino. Las localidades turísticas que deseen mantenerse competitivos deben adoptar estrategias de e-turismo sólidas para ofrecer experiencias personalizadas y eficientes a sus visitantes.

El E-turismo se refiere a la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el sector turístico. Esto incluye desde la búsqueda de información en línea hasta la reserva de vuelos y alojamiento, pasando por la gestión de experiencias turísticas a través de aplicaciones móviles. La transformación digital engloba aspectos importantes como experiencia, canales de promoción, movilidad, equipos,

software o avances tecnológicos como la realidad virtual, por lo cual es preciso que los destinos tengan una conectividad efectiva, puesto que estos componentes repercuten en su nivel de competitividad. Por ello, entre los principales desafíos se observa la brecha digital de las naciones, la necesidad de invertir en tecnología, la formación del personal y la protección de los datos personales, entendiéndose como la ciberseguridad; sin embargo, las oportunidades son enormes y los destinos turísticos que se adapten a esta nueva realidad saldrán fortalecidos.

No solo se refiere al planteamiento e innovación que sobre las tecnologías deben existir al fomentar el e turismo sino que, un aspecto que no debe darse a menos es la formación del personal involucrado en la gestión turística, puesto que de nada servirá tener avances tecnológicos que permitan dar realce al e turismo si es que no existe personal capacitado y apto para el manejo y gestión de las plataformas digitales. Este conocimiento conlleva la capacidad de no solo orientar sino de enseñar e instruir a los turistas del know how utilizar los aplicativos para mejorar su experiencia.

El conocimiento de las personas que están involucradas en el e turismo no solo se relaciona a los actores directos sino indirectos, refiriéndonos a las empresas publicas y privadas que de alguna forma están inmersas como actores de reparto

en la gestión del e turismo para poder tener una guía integral que brinde un realce a turismo en sus presentaciones, lo cual va acompañado de una adecuada señalización y puntos de información para que el turista pueda tener medios de acceso amigables y didácticos para solventar alguna duda que pueda surgir de su trayectoria.

La promoción de plataformas digitales no solo debe enfocarse en el turista externo sino también debe concretarse en los ciudadanos de la localidad para que: **1)** puedan conocer más de su ciudad, cantón, provincia o región; **2)** obtengan conocimiento de las actividades de su ciudad, genere un empoderamiento local y se realice de forma directa e indirecta una promoción a otros visitantes; **3)** esto ayudará a que los propios ciudadanos por medios digitales fomenten el turismo de su localidad y **4)** sirvan de guías para visitantes no residentes del sector. Así, de forma inconsciente también colaborarán sobre el manejo de las plataformas digitales, así como demás insumos virtuales que faciliten la interacción con el destino.

Por lo anterior a lo manifestado, el desarrollo tecnológico del turismo o e turismo, no solo es una sistematización de plataformas alejados de las personas sino que conlleva a una integralidad de la gestión con las personas envueltas de forma directa e indirecta en el turismo de un país o una localidad determinada.

Ello hará que el turismo tecnológico no solo sea, por decirlo en alguna forma, lineal y sin filtros sino que pueda dar sensibilidad al sistema, lo cual generará que el entorno sea empático en la solución de problemas y pueda haber hospitalidad en el servicio al cliente.

Se considera para futuros temas de investigación la influencia de la inteligencia artificial (IA) en la experiencia turística, con el fin de profundizar sobre las fases del viaje y la implicación de la IA en cada etapa del visitante en el destino. Asimismo, sobre estrategias de aplicación del turismo inteligente en establecimientos turísticos como restaurantes, agencias de viajes y comparación en generación de ventas, así como la influencia en decisión de compra de producto turístico. Esto es importante para que los nuevos emprendimientos determinen el rumbo que deberían adoptar.

## 21. Referencias

- Arevalo, J. O. (2021). EUROINNOVA. Obtenido de Que es hospitalidad turística: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-hospitalidad-turistica>
- Casas Anguita, Repullo Labrador, & Donado Campos. (2020). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadísticos de los datos. *Revista Científica Mundo para el Turismo*, 56-72.
- Chenko, M. (2022). Obtenido de Elementos para la gestion de destinos turísticos: <https://es.slideshare.net/o/401405151manualdestinosselementosparalagestiondedestinosturisticos1pdfpdf>
- Chicaiza, P. M., Guanoluiza, M. C., Cobos, M. C., & Toscano, D. G. (2022). Zenodo. Obtenido de Transformación digital en las empresas: una revisión conceptual: <https://zenodo.org/records/7726439>
- Duarte, G. E., Albornoz, E., Rangel, E., Scioscia, J. L., León, F. T., & Pinto, J. V. (2020). Importancia de la Transformación Digital en Pequeñas y Medianas Empresas de Turismo Accesible. Universidad de Los Andes-Venezuela.
- Escobar, A. A. (2020). Les Roches. Obtenido de Destino Turístico: definición hotelera: <https://lesroches.edu/es/diccionario-de-hoteleria-turismo/destino-turistico/>
- Fuentes, F. (2023). Arsys. Obtenido de La transformación digital en el sector turístico: <https://www.arsys.es/blog/transformacion-digital-turismo>
- Guerra, I. A. (2017). La transformación digital de la empresa. ECUTUR.
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción).
- Revista Científica Mundode lainvestigación y el conocimiento, 163-173.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2020). Metodología de la investigación (Quinta edición). Mc Graw Hill.
- Inturralde, A. A. (2021). PowerData. Obtenido de Transformación digital. Qué es y su importancia y relación con los datos: <https://www.powerdata.es/transformacion-digital>.
- Iturralde, D. A. (2023). Power Data. Obtenido de Transformación digital. Qué es y su importancia: <https://www.powerdata.es/transformacion-digital#:~:text=La%20transformaci%C3%B3n%20digital%20permite%20que,busque%20sobrevivir%20en%20el%20futuro>
- Martínez, R. I. (2022). La transformación digital y la influencia de la inteligencia de negocios en las empresas del sector del turismo de reuniones en México. *Revista Politécnica*, 40-51.
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Organización Mundial del Turismo. Obtenido de Destino Turístico: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- OMT. (2024). El turismo internacional alcanzó el 97% de los niveles anteriores a la pandemia en el primer trimestre de 2024. OMT. Obtenido en <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-alcanzo-el-97-de-los-niveles-anteriores-a-la-pandemia-en-el-primer-trimestre-de-2024#:~:text=E1%20>
- PIB%20directo%20del%20turismo%20recuper%C3%B3%20los%20niveles%20anteriores%20a,al%203%25%20del%20PIB%20mundial.
- Sánchez Castillo, Verence, Clavijo Gallego, Tulio Andrés, & Eslava Zapata, Rolando. (2024). Nuevas tendencias del turismo sostenible en la construcción de la nueva normalidad. *Revista San*
- Gregorio, 1(58), 17-30. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i58.2922>.
- Pavón Vargas, P., Infante Abreu, M. B., Pavón González, Y., & Pérez Armayor, D. (2018). Buenas prácticas para el desarrollo digital del destino turístico. *Revista Cubana de Administración Pública y Empresarial*, 148-162.
- Seberino, O. Q. (2022). Aprende de turismo. Obtenido de Marketing Turístico Digital - Gestión de destinos: <https://marketingturisticodigital.com/la-transformacion-digital-en-turismo/>
- Universidad CESUMA. (2022). CESUMA. Obtenido de Objetivos y acciones de la hospitalidad turística: <https://www.cesuma.mx/blog/objetivos-y-acciones-de-la-hospitalidad-turistica.html#:~:text=La%20hospitalidad%20tur%C3%ADstica%20se%20refiere,alquiler%20de%20vacaciones%20y%20cruceros>.
- Universidad para la Cooperación Internacional. (2022). Sustento de uso justo de materiales protegidos por derechos de autor para fines educativos. *Revista UCIPFG*, 7-24.

## ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE LAS PYMES EN EL SECTOR DE LA BAHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

### MARKETING STRATEGIES TO INCREASE SALES OF PYMES IN THE "LA BAHÍA" SECTOR IN THE CITY OF GUAYAQUIL

*\*Rosa Elizabeth Molina Izurieta, \*Edgar Enrique Villalva Cárdenas, \*Vivian Nicole Villalva Vásquez, \*Luisana Narcisca Molina Izurieta*

*<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil*

*<sup>2</sup>Escuela Superior Politécnica del Litoral*

*<sup>3</sup>Universidad Estatal de Milagro*

#### Resumen

En el contexto del comercio electrónico, las pequeñas y medianas empresas de la zona comercial "La Bahía" en Guayaquil enfrentan importantes desafíos al implementar estrategias de marketing digital. Estas empresas, principalmente dedicadas a la venta de ropa de mujer, han expandido su alcance a través de plataformas digitales. Sin embargo, muchas se han visto limitadas por la falta de recursos, conocimientos técnicos y tecnológicos, lo que ha afectado negativamente sus ventas y visibilidad en el mercado digital, se identificaron barreras y oportunidades en el uso del marketing, lo que permitió diseñar soluciones prácticas para que las PYMES avanzaran hacia la digitalización y el crecimiento sostenible. El objetivo principal de la investigación es analizar el impacto de las estrategias de marketing digital en el crecimiento de las PYMES. Para alcanzar este propósito, se establecieron varios objetivos específicos, entre ellos identificar las principales tendencias en redes sociales, analizar el comportamiento del consumidor y evaluar la efectividad de las plataformas digitales utilizadas por estas empresas. Se realizaron encuestas dirigidas a dueños y administradores de PYMES, y se aplicó una metodología de enfoque mixto que combinó análisis cuantitativos y cualitativos. Los resultados revelaron que, aunque las plataformas como TikTok e Instagram tienen un gran potencial, no están siendo aprovechadas de manera óptima debido a la falta de capacitación y recursos. A partir de estos hallazgos, se elaboró un manual de usuario que incluye guías prácticas y la integración de herramientas de TI para optimizar su uso.

**Palabras clave:** PYMES, Comercio electrónico, marketing digital, estrategias de marketing.

#### Abstract

In the context of electronic commerce, small and medium-sized companies in the "La Bahía" commercial area in Guayaquil face important challenges when implementing digital marketing strategies. These companies, mainly dedicated to the sale of women's clothing, have expanded their reach through digital platforms. However, many have been limited by the lack of resources, technical and technological knowledge, which has negatively affected their sales and visibility in the digital market. Barriers and opportunities in the use of marketing were identified, which allowed solutions to be designed. practices for SMEs to move towards digitalization and sustainable growth. The main objective of the research is to analyze the impact of digital marketing strategies on the growth of SMEs. To achieve this purpose, several specific objectives were established, including identifying the main trends in social networks, analyzing consumer behavior and evaluating the effectiveness of the digital platforms used by these companies. Surveys were conducted aimed at owners and administrators of SMEs, and a mixed approach methodology was applied that combined quantitative and qualitative analyses. The results revealed that although platforms like TikTok and Instagram have great potential, they are not being optimally leveraged due to a lack of training and resources. Based on these findings, a user manual was prepared that includes practical guides and the integration of IT tools to optimize its use.

**Keywords:** SMEs, E-commerce, digital marketing, marketing strategies.

## 22. Introducción

En la actualidad la globalización y avances tecnológicos, el comercio electrónico ha emergido como un instrumento importante para la expansión y el desafío que presentan las pequeñas y medianas empresas (PYMES). En Guayaquil, específicamente en la zona comercial de la Bahía, muchas PYMES que emplean la venta de ropa de mujer han empezado a implementar estrategias de marketing digital para expandir su alcance y mejorar sus ventas. Sin embargo, estas empresas enfrentan múltiples desafíos relacionados con la falta de recursos, conocimientos y adaptabilidad a las nuevas tecnologías.

La relevancia de este proyecto radica en la obligación de entender y mejorar el enfoque del marketing digital implementadas por las PYMES en la Bahía. El aislamiento obligatorio a causa de la pandemia presentada por el covid-19 aceleró la adopción del comercio electrónico, lo que resaltó tanto las oportunidades como las deficiencias de las empresas en este ámbito.

Actualmente, a pesar de los esfuerzos por digitalizarse, muchas PYMES experimentan quiebras y problemas operativos debido a una mala implementación de estas estrategias y a una insuficiente capacitación en herramientas digitales y en medios sociales como Instagram, TikTok,

Facebook y WhatsApp. El objetivo de la investigación es examinar las estrategias aplicadas de marketing en el comercio electrónico implementado por las PYMES para identificar enfoques competitivos que contribuyan a su crecimiento en el mercado digital.

A través de este análisis, se busca proporcionar recomendaciones prácticas y adaptadas a la realidad de estas empresas, permitiéndoles mejorar su visibilidad, incrementar sus ventas y optimizar la interacción con sus clientes. La metodología adoptada en esta investigación mantiene un enfoque mixto, acoplando métodos cuantitativos y cualitativos con el fin de adquirir una perspectiva global del problema.

Se llevarán a cabo encuestas a propietarios y gerentes de las PYMES seleccionadas para recolectar datos sobre sus prácticas de marketing digital. Este estudio proporcionará una base teórica sólida y recomendaciones prácticas que ayudarán a las PYMES de La Bahía a superar los desafíos actuales y enriqueciéndose de las diversas oportunidades que el entorno digital facilita. La investigación no solo contribuirá al conocimiento académico abarcando el campo del marketing digital y el comercio electrónico, también ofrecerá una guía práctica para los emprendedores locales que buscan adaptarse y prosperar en el mercado digital.

## 23. Metodología

El enfoque metodológico de la investigación es un componente fundamental para el desarrollo de cualquier estudio científico, ya que proporciona el marco estructural necesario para la recopilación, análisis e interpretación de datos. En el contexto del presente estudio, que se centra en la evaluación del impacto de las estrategias de marketing en el comercio electrónico de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la zona comercial "La Bahía" de Guayaquil, es esencial diseñar una metodología robusta y adecuada que permita obtener resultados fiables y válidos.

La presente investigación adopta un enfoque mixto, complementado por técnicas cualitativas y cuantitativas para proporcionar una visión integral del problema de estudio. La combinación de ambos métodos permite una comprensión más completa y rica de la realidad investigada. Vizcaíno y Cedeño (2023) argumentan que "el enfoque mixto es especialmente útil en estudios donde se busca no solo medir variables cuantitativas, sino también explorar las experiencias y percepciones de los sujetos involucrados" (p. 34).

En cuanto a la recolección de datos, se utilizaron encuestas estructuradas dirigidas a dueños de PYMES. Estas encuestas están diseñadas para

recopilar información sobre las estrategias de marketing digital utilizadas, el impacto en las ventas, el agrado del cliente, la eficiencia en la distribución de productos y la visibilidad de la marca. La validez y confiabilidad de los instrumentos se garantizarán a través de pruebas piloto y mediante el uso de escalas de medición que ya han sido validadas previamente.

La metodología de esta investigación está diseñada para proporcionar un análisis exhaustivo y detallado del impacto de las estrategias de marketing digital en el comercio electrónico de las PYMES en Guayaquil. Los resultados de este estudio no solo contribuirán al conocimiento académico, sino que también ofrecerán herramientas prácticas para que las PYMES puedan ajustar sus prácticas de marketing digital y aumentar su competitividad en el mercado digital.

### 3.1. Modalidad de investigación

La modalidad de la investigación adoptada en este estudio se basa en un enfoque cuantitativo complementado por técnicas cualitativas. Este enfoque es particularmente adecuado para evaluar el impacto de las estrategias de marketing digital en el comercio electrónico de pequeñas y medianas (PYMES) en la zona comercial "La Bahía" en Guayaquil. El uso de métodos estadísticos es crucial para este tipo

de investigación, ya que permite la adquisición, análisis y evaluación de datos de manera sistemática y rigurosa. La inferencia estadística juega un papel central en este estudio, ya que no se limita únicamente al acopio de información científica, sino que también implica la aplicación de diversas herramientas analíticas. Estas herramientas permiten una mejor comprensión de los sistemas que generan los datos, facilitando cálculos y proporcionando resultados confiables.

Como Creswell y Creswell (2023) señalan: "La inferencia estadística no es solo acopio de información científica sino un grupo grande de herramientas analíticas que permiten comprender mejor los sistemas que generan los datos. La información se colecta en forma de muestras o agrupaciones de observaciones de la población y con su estudio se logran resultados confiables, se facilitan los cálculos." (p. 124)

Esta modalidad de investigación es adecuada debido a la necesidad de cuantificar el impacto de las estrategias de marketing digital en términos de ventas, complacencia del cliente, eficiencia en la distribución de productos y visibilidad de la marca.

Además, las técnicas cualitativas permiten investigar a fondo las experiencias y percepciones de los dueños y gerentes de las PYMES, así

como de sus clientes, proporcionando un contexto más rico y detallado para los datos cuantitativos.

### 3.2. Tipo de investigación

La modalidad de investigación que se realizará en este estudio es de naturaleza descriptiva y explicativa. Estas dos características se complementan para proporcionar un análisis detallado y una comprensión profunda del impacto de las estrategias de marketing digital en el comercio electrónico de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la zona comercial "La Bahía" en Guayaquil.

La investigación descriptiva se centra en detallar las características de una población o fenómeno de interés de manera detallada y sistemática. En este estudio, la investigación descriptiva permitirá: Identificar y detallar las principales estrategias de marketing digital que están siendo implementadas por las PYMES en un sector delimitado de la Bahía.

Describir las principales tendencias en redes sociales que impactan el mercado digital y cómo estas tendencias son aprovechadas por las PYMES. Analizar el comportamiento y las preferencias de los consumidores en lo que respecta al uso de redes sociales para las decisiones de adquisición. Según Hernández, Fernández y Baptista (2019) nos dice que "La investigación descriptiva busca

especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que se someta a un análisis" (p. 92). La investigación explicativa, por su parte, busca establecer conexiones de causa y efecto entre las variables estudiadas.

Este tipo de investigación es esencial para comprender cómo y por qué las tácticas de marketing digital afectan a las PYMES en términos de ventas, satisfacción del cliente, eficiencia en la distribución y visibilidad de la marca. Las características de la investigación explicativa incluyen:

Analizar el impacto específico de diferentes estrategias de marketing digital en los resultados comerciales de las PYMES. Identificar las prácticas clave que han contribuido al éxito de las PYMES en el comercio electrónico.

Evaluar la efectividad de las estrategias de marketing digital en la generación de ventas y el aumento de la visibilidad de las marcas. La investigación explicativa se enfoca en identificar las causas de eventos y fenómenos, ya sean físicos o sociales. Su objetivo principal es entender por qué sucede un fenómeno y en qué circunstancias se presenta, así como explicar la relación entre dos o más variables.

### 3.3. Población y muestra

Se trabajó tomando como población objetivo de nuestra investigación a 100 personas dueñas de locales agremiadas en dos asociaciones cuyas tiendas están delimitados por las siguientes calles en el sector de La Bahía en Guayaquil: Av. Olmedo, Av. Chile, Eloy Alfaro y Ayacucho. Estas calles representan las áreas donde se concentra la actividad comercial relevante para nuestra investigación.

#### 3.3.1. Población

La población seleccionada para esta investigación está compuesta por dueños de pequeñas y medianas empresas (PYMES) pertenecientes a dos asociaciones que operan en un sector plenamente delimitado de la zona comercial "La Bahía" en Guayaquil.

La elección de esta población se basa en la relevancia del sector como uno de los lugares comerciales más activos de la ciudad, donde las PYMES tienen un papel fundamental en la economía local. Los dueños de estos negocios, al gestionar varias sucursales dentro y fuera de la zona, cumplen con las características propias de una pequeña o mediana (pymes) como lo es considerar la cantidad de empleados y las ventas. En una pequeña tienda se mantiene una nómina entre 10 y 49 trabajadores, y en una mediana empresa se contempla una



capacidad de contratar desde 50 hasta 250 empleados. Este enfoque nos permite obtener una representación clara del comportamiento y las estrategias comerciales que aplican estos negocios en el ámbito digital.

La población total considerada para este estudio es de 100 dueños, de las PYMES de un sector delimitado de la Bahía **Características de la población:**

**Dueños de PYMES:** Responsables de la toma de decisiones estratégicas en las en los negocios, incluyendo la implementación de estrategias de marketing digital.

**Administradores de las PYMES:**

Personas que atienden el local.

Tabla 1. Población

| Población | Nº  |
|-----------|-----|
| Dueños    | 100 |
|           |     |
| TOTAL     | 100 |

**Nota.** Tabla sobre la población de la investigación.

### 3.3.2. Muestra

Para determinar el subconjunto de la población que participará en el estudio, se empleó un método de muestreo no probabilístico por conveniencia. Este método se seleccionó debido a la accesibilidad y disponibilidad de los participantes para proporcionar la información necesaria para la investigación. La muestra se determinó utilizando la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

$$N = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N = Tamaño de la población (100)

Z = Nivel de confianza (1.96 para un 95% de confianza)

p = Proporción esperada (0.5, ya que maximiza el tamaño de la muestra) q = 1 - p

E = Margen de error 0.05)

Aplicando los valores:

$$N = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$N = \frac{100 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(100-1) \cdot 0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$N = \frac{100 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{(99) \cdot 0.025 + 3.8416 \cdot 0.25}$$

$$N = \frac{96.04}{0.2475 + 0.9604}$$

$$N = \frac{96.04}{1.2079}$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

$$N = 79.52$$

Redondeando al número entero más cercano, la muestra resultante es de 80 personas.

## 24. Resultados

El resultado del presente trabajo de investigación tiene como finalidad la elaboración de un manual de usuario como guía práctica para las PYMES del sector de La Bahía en Guayaquil, específicamente para el uso de las redes sociales TikTok e Instagram. Estas plataformas han sido identificadas como las más utilizadas en las estrategias de marketing digital, según el análisis realizado en esta investigación. Además, este documento integrará herramientas de inteligencia artificial (IA) para optimizar las estrategias de marketing, mejorar la interacción con los clientes y aumentar la eficiencia en la gestión de contenidos. Figuras y Tablas

**Tabla 2**  
**Redes sociales utilizadas en el negocio**

| Alternativa | Frecuencia | %   |
|-------------|------------|-----|
| Facebook    | 13         | 16% |
| Instagram   | 23         | 29% |
| Tik Tok     | 25         | 31% |
| Whatsapp    | 16         | 20% |
| Otras       | 3          | 4%  |

**Figura N° 1**  
**Redes sociales utilizadas en el negocio**

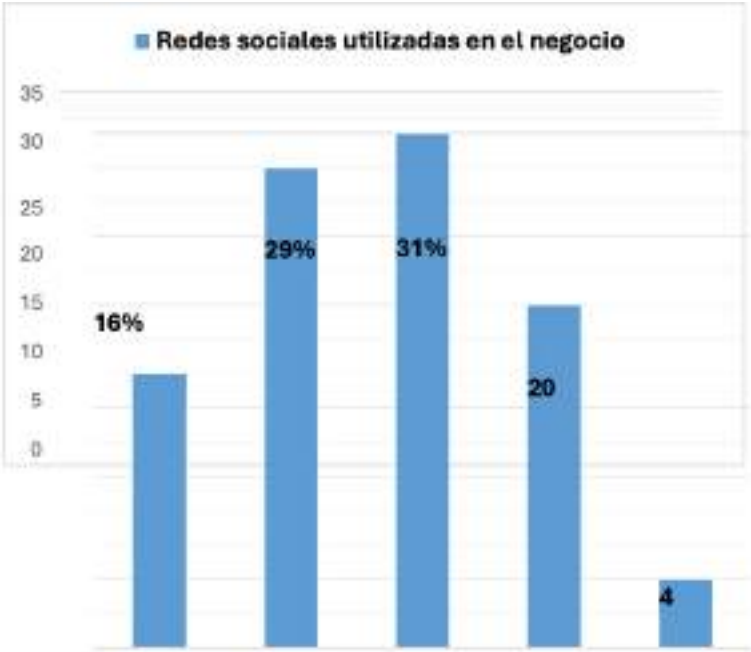


**Tabla 3**  
**Principales beneficios observados al utilizar redes sociales en su negocio**

| Alternativa                        | Frecuencia | %    |
|------------------------------------|------------|------|
| Mayor visibilidad de la marca      | 28         | 35%  |
| Aumento de ventas                  | 24         | 30%  |
| Mejor interacción con los clientes | 19         | 24%  |
| Expansión a nuevos mercados        | 9          | 11%  |
| Total                              | 80         | 100% |

**Nota.** Tabla de tabulación de los resultados de la encuesta de la tercera pregunta.

**Figura N° 2**  
**Principales beneficios observados al utilizar redes sociales en su negocio**

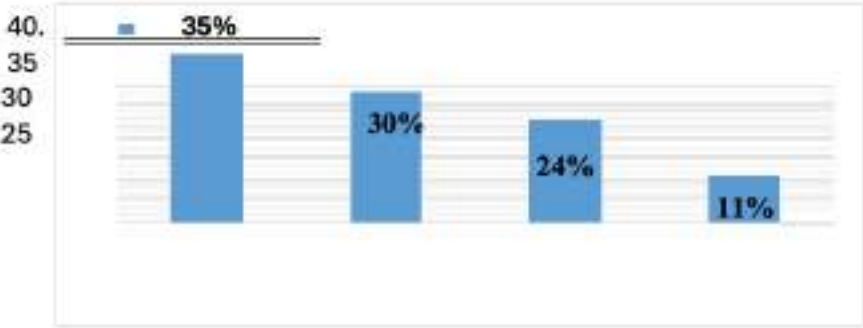


**Tabla 4**  
**Principal objetivo de las estrategias de marketing digital**

| Alternativa                         | Frecuencia | %           |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Aumentar las ventas                 | 44         | 55%         |
| Mejorar la visibilidad de la marca  | 20         | 25%         |
| Expandir a nuevos mercados          | 12         | 15%         |
| Fidelizar a los clientes existentes | 4          | 5%          |
| <b>Total</b>                        | <b>80</b>  | <b>100%</b> |

**Nota.** Tabla de tabulación de los resultados de la encuesta de la cuarta pregunta.

**Figura N° 3**  
**Utilización de redes sociales**



**Nota.** El gráfico representa la tabulación de los resultados de la encuesta de la cuarta pregunta elaborado por los autores.

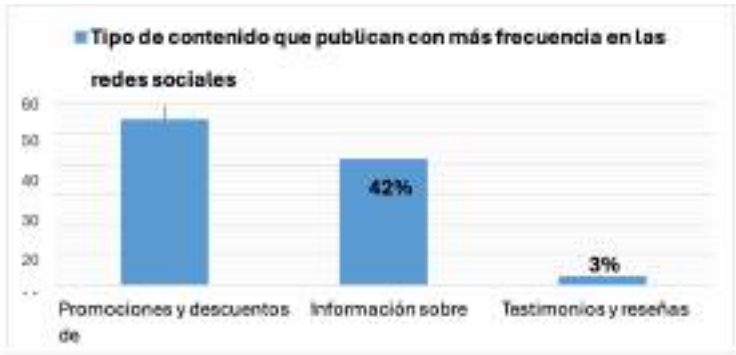
El análisis del gráfico revela que las PYMES en el sector de La Bahía en Guayaquil tienen como principal objetivo de sus estrategias de marketing digital el aumento de las ventas, con un 55% de las empresas enfocadas en este propósito. Mejorar la visibilidad de la marca es el segundo objetivo más importante, mencionado por el 25% de las empresas. La expansión a nuevos mercados es el objetivo del 15% de las PYMES, mientras que fidelizar a los clientes existentes es una prioridad para el 5% de ellas. Estos resultados subrayan la importancia del marketing digital no solo para incrementar las ventas, sino también para fortalecer la marca y explorar nuevas oportunidades de mercado, siendo estas estrategias fundamentales para el crecimiento y la competitividad de las PYMES en el entorno digital actual.

**Tabla 5 Tipo de contenido que publican con más frecuencia en las redes sociales**

| Alternativa                             | Frecuencia | %           |
|-----------------------------------------|------------|-------------|
| Promociones y descuentos                | 44         | 55%         |
| Información sobre productos o servicios | 34         | 42%         |
| Testimonios y reseñas de clientes       | 2          | 3%          |
| <b>Total</b>                            | <b>80</b>  | <b>100%</b> |

**Nota.** Tabla de tabulación de los resultados de la encuesta de la quinta pregunta.

**Figura N° 4 Tipo de contenido que publican con más frecuencia en las redes sociales**



**Nota.** El gráfico representa la tabulación de los resultados de la encuesta de la quinta pregunta elaborado por los autores.

El análisis del gráfico muestra el tipo de contenido que las PYMES en el sector de La Bahía publican con mayor frecuencia en las redes sociales. El 55% de las publicaciones se centran en promociones y descuentos, lo que indica un enfoque claro en atraer clientes y aumentar las ventas a través de ofertas especiales. Un 42% de las publicaciones proporcionan información sobre productos o servicios, lo que refleja la importancia de educar a los clientes y

destacar las características de lo que se ofrece. Solo un 3% de las publicaciones están dedicadas a testimonios y reseñas de clientes, lo que sugiere que hay una oportunidad para que las PYMES potencien la confianza y credibilidad a través del contenido generado por los usuarios. Estos hallazgos subrayan cómo las PYMES en Guayaquil están utilizando el marketing de contenido en redes sociales para cumplir sus objetivos de negocio.

**Tabla 6. Medida en que las estrategias de marketing digital aumentan las ventas de una empresa**

| Alternativa    | Frecuencia | %           |
|----------------|------------|-------------|
| Mucho          | 32         | 40%         |
| Extremadamente | 29         | 36%         |
| Moderadamente  | 19         | 24%         |
| <b>Total</b>   | <b>80</b>  | <b>100%</b> |

**Nota.** Tabla de tabulación de los resultados de la encuesta de la octava pregunta.

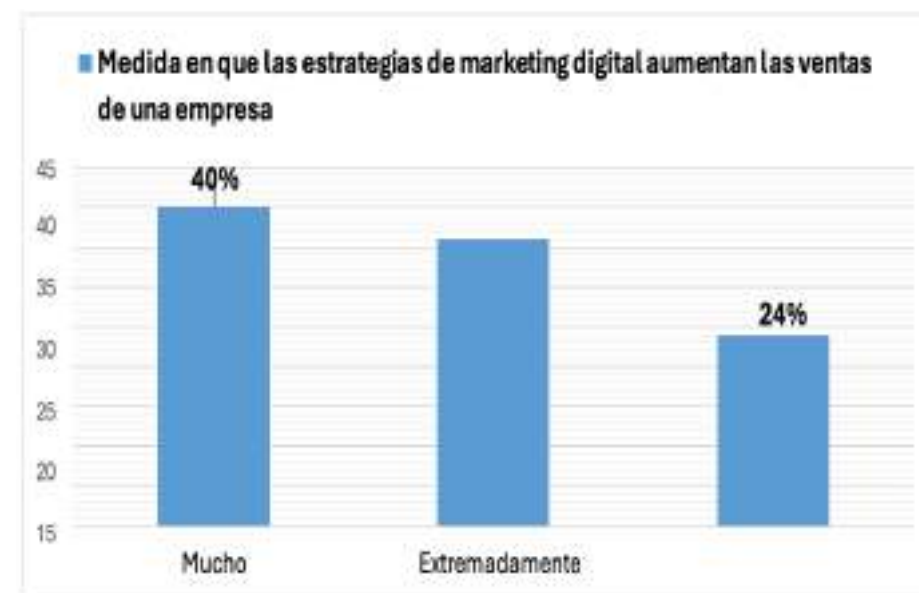
El análisis del gráfico indica que las PYMES en el sector de La Bahía en Guayaquil reconocen la efectividad de las estrategias de marketing digital en el aumento de sus ventas. Un 40% de las

empresas consideran que el marketing digital aumenta mucho las ventas, mientras que un 36% cree que lo hace de manera extremadamente significativa.

Un 24% de las PYMES opinan que el impacto del marketing digital en las ventas es moderado. Estos resultados reflejan una percepción generalizada entre las PYMES de que las estrategias

de marketing digital son una herramienta poderosa para impulsar el crecimiento de las ventas y mejorar el desempeño comercial en un entorno cada vez más competitivo.

**Figura N°5 Medida en que las estrategias de marketing digital aumentan las ventas de una empresa**



**Nota.** El gráfico representa la tabulación de los resultados de la encuesta Elaborado por los autores.

**Tabla 7. Recursos y capacitación necesaria para el marketing digital efectivo**

| Alternativa                                                         | Frecuencia | %           |
|---------------------------------------------------------------------|------------|-------------|
| Tenemos algunos recursos, pero falta capacitación.                  | 32         | 40%         |
| Tenemos capacitación, pero faltan recursos.                         | 20         | 25%         |
| No disponemos de recursos ni capacitación.                          | 16         | 20%         |
| Disponemos tanto de los recursos como de la capacitación necesaria. | 8          | 10%         |
| No estoy seguro/a.                                                  | 4          | 5%          |
| <b>Total</b>                                                        | <b>80</b>  | <b>100%</b> |

**Nota.** Tabla de tabulación de los resultados de la encuesta de la décima pregunta.

**Figura N°6 Recursos y capacitación necesaria para el marketing digital efectivo**



**Nota.** El gráfico representa la tabulación de los resultados de la encuesta de la novena pregunta elaborado por los autores.

El análisis del gráfico muestra que las PYMES en el sector de La Bahía en Guayaquil enfrentan diversos desafíos para implementar estrategias de marketing digital de manera efectiva.

El 40% de las empresas indican que tienen algunos recursos, pero carecen de la capacitación necesaria. Un 25% afirma tener la capacitación, pero les faltan recursos. El 20% de las PYMES no dispone ni de recursos ni de capacitación, lo que representa una barrera significativa para su implementación.

Solo el 10% de las empresas disponen tanto de los recursos como de la capacitación necesaria, mientras que un 5% no está seguro de su situación. Estos resultados subrayan la necesidad de programas de formación y apoyo financiero para que las PYMES puedan aprovechar plenamente las oportunidades que ofrece el marketing digital.

## 25. Conclusiones

Las encuestas realizadas a las PYMES en la zona comercial "La Bahía" han demostrado que las estrategias de marketing digital, cuando se implementan de manera efectiva, generan un impacto positivo significativo en el crecimiento y visibilidad de estas empresas. No obstante, muchas PYMES están subutilizando las herramientas digitales disponibles, lo que se

atribuye principalmente a la falta de conocimientos técnicos y recursos adecuados. Esta limitación impide que estas empresas aprovechen al máximo las oportunidades que ofrece el entorno digital, lo cual es crucial para su competitividad en un mercado cada vez más orientado hacia lo digital.

Las plataformas como TikTok e Instagram se destacan como las más influyentes en la actualidad. Las PYMES que han integrado estas plataformas en sus estrategias de marketing digital han logrado una mayor penetración en el mercado y una interacción más directa y efectiva con sus consumidores.

Sin embargo, el alcance de estas estrategias está limitado por un uso subóptimo de las herramientas disponibles, lo que refleja la necesidad de un enfoque más estructurado y dirigido en el manejo de estas plataformas.

Se evidencia que existe una necesidad urgente de capacitación en marketing digital para las PYMES en "La Bahía". Sin un conocimiento sólido y actualizado de las herramientas y estrategias digitales, estas empresas corren el riesgo de quedar rezagadas en un mercado altamente competitivo.

La falta de capacitación adecuada no solo limita el crecimiento potencial de estas empresas, sino que también impide que puedan competir en igualdad



atribuye principalmente a la falta de conocimientos técnicos y recursos adecuados. Esta limitación impide que estas empresas aprovechen al máximo las oportunidades que ofrece el entorno digital, lo cual es crucial para su competitividad en un mercado cada vez más orientado hacia lo digital.

Las plataformas como TikTok e Instagram se destacan como las más influyentes en la actualidad. Las PYMES que han integrado estas plataformas en sus estrategias de marketing digital han logrado una mayor penetración en el mercado y una interacción más directa y efectiva con sus consumidores.

Sin embargo, el alcance de estas estrategias está limitado por un uso subóptimo de las herramientas disponibles, lo que refleja la necesidad de un enfoque más estructurado y dirigido en el manejo de estas plataformas.

Se evidencia que existe una necesidad urgente de capacitación en marketing digital para las PYMES en “La Bahía”. Sin un conocimiento sólido y actualizado de las herramientas y estrategias digitales, estas empresas corren el riesgo de quedar rezagadas en un mercado altamente competitivo.

La falta de capacitación adecuada no solo limita el crecimiento potencial de estas empresas, sino que también impide que puedan competir en igualdad

de condiciones con empresas más grandes y mejor equipadas en el entorno digital. Para superar estos desafíos, es imperativo que las PYMES inviertan en formación continua y en el desarrollo de competencias digitales que les permitan aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el marketing digital.

### **Recomendaciones**

Se sugiere que las PYMES inviertan en programas de capacitación continua en marketing digital, con un enfoque específico en el uso de plataformas clave como TikTok e Instagram.

Estas plataformas ofrecen oportunidades únicas para alcanzar nuevas audiencias y aumentar la visibilidad de la marca, pero solo pueden ser plenamente aprovechadas si los responsables de marketing poseen un conocimiento profundo y actualizado sobre cómo utilizarlas de manera efectiva.

La capacitación debe cubrir aspectos como la creación de contenido atractivo, el uso de análisis de datos para medir el impacto de las campañas y la implementación de estrategias de engagement que promuevan la interacción constante con los usuarios.

Se recomienda que Las PYMES deben optimizar sus perfiles en redes sociales para mejorar su visibilidad y atraer a

un mayor número de seguidores. Esto no solo implica tener una presencia activa en plataformas como TikTok e Instagram, sino también asegurarse de que los perfiles estén configurados de manera que maximicen su atractivo y funcionalidad.

Es esencial el uso de técnicas avanzadas de SEO para mejorar el posicionamiento de las publicaciones y asegurarse de que los perfiles aparezcan en las búsquedas relevantes. La creación de contenido atractivo y visualmente coherente es crucial para captar la atención de los usuarios y mantenerlos interesados en la marca.

Se debe crear un manual de usuario detallado que sirva como guía para las PYMES en la gestión de sus perfiles en estas plataformas. Este manual debe incluir instrucciones paso a paso sobre cómo configurar y optimizar los perfiles, cómo crear contenido que resuene con el público objetivo, y cómo utilizar herramientas de inteligencia artificial para automatizar la creación de contenido y personalizar las interacciones con los usuarios.

La integración de IA no solo facilita la gestión diaria de las redes sociales, sino que también permite una personalización más profunda y una mayor eficiencia en las campañas de marketing. Un manual bien estructurado proporcionará a las

PYMES las herramientas necesarias para operar de manera más eficiente y efectiva en el entorno digital.

Se recomienda que las PYMES establezcan sistemas de monitoreo y evaluación continua para sus estrategias de marketing digital. Estos sistemas permitirán ajustar y mejorar continuamente las campañas, basándose en datos reales y métricas de rendimiento.

El uso de análisis de datos es crucial para identificar áreas de mejora, optimizar las estrategias en tiempo real y maximizar el retorno de la inversión en marketing. Las PYMES deben implementar herramientas de análisis que les permitan rastrear el comportamiento de los usuarios, el rendimiento de las publicaciones y el impacto general de sus campañas

## Referencias

- Arena, L. (2021). La influencia de la Inteligencia Artificial en el proceso de búsqueda de información del consumidor online. Córdoba: Universidad Siglo XXI.
- Armaulia, K., & Salcedo, M. (2021). Gestión de la última milla en el e-commerce de las empresas importadoras en la ciudad de Lima - 2021. Lima, Perú: Universidad César Vallejo.
- Benítez, J. (2023). El desarrollo del comercio electrónico y su impacto en las empresas.
- Camargo, J., & Hincapié, H. (mayo de 2023). Comercio Electrónico, La Evolución de un comercio internacional más ágil y avanzado. Bogotá, Colombia: Universidad Antonio Nariño.
- Campi Maldonado, A., Herrera Flores, A., & Oviedo Becilla, M. (2019). Las TIC's como factor de efectividad en el marketing digital de las Pymes. Obtenido de <http://eds.a.ebscohost.com.ezproxy.umng.edu.co/eds/detail/detail?vid=4&sid=564>
- Carrión González, J. T. (2020). EL IMPACTO DEL EC-COMMERCE EN LAS PYMES DE LA PROVINCIA DE EL ORO. Ecuador: Universidad y Sociedad.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Reino Unido, Londres: Pearson.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). Métodos de investigación y análisis estadístico: Herramientas para la comprensión de datos. Editorial XY
- Criollo Aguirre, M., Erazo Álvarez, J., & Narváez Zurita, C. (2019). Estrategias de Marketing y posicionamiento de marca para el sector artesanal textil. En CIENCIAMATRIA (pág. V(1) Edición Especial). Santa Ana de Coro, Venezuela: Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM).
- Davenport, T., & Ronanki, R. (s.f.). *he AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work*. Cambridge: MIT Press.
- Dietrich, G. (2021). Communication and Reputation Management in the Digital Age.
- González, A., & Martínez, J. (2019). Estrategias de marketing digital para el crecimiento de las PYMES. Editorial Española
- Hernández, R., & López, M. (2020). Optimización del proceso de compra en el comercio electrónico. *Journal of Business Research*, 116.
- Hernández, Fernández, Baptista - 2019. Metodología de la investigación. MC Graw Hill Education sexta edición.
- Henao, A. (2020). El cambio digital en los negocios: Estrategias para la adaptación y el crecimiento. Editorial Asana
- Hubspot, & Talwalker, P. (2020). Estrategias de redes sociales para empresas: Herramientas y técnicas para el éxito digital. Revista ComHumanitas
- Kaplan, A. M. (2020). Redes sociales y marketing digital: Estrategias para el éxito empresarial.
- Kietzmann, J., & Canhoto, A. (2021). Redes sociales y sociedad: integración de plataformas digitales en la estrategia empresarial. Routledge.
- Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0: De lo tradicional a lo digital.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). E-Commerce 2020: Business, Technology, Society.
- León González, V., Erazo Álvarez, J., Narváez Zurita, C., & Solís Muñoz, J. (2019). Marketing mix de servicios de valor agregado de última milla. Valor y trascendencia de las 4 P. En *Visionario Digital*, 3(2.2) (págs. 145-172). <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.2.628>. Obtenido de Visionario Digital.
- López, J., & Martínez, P. (2021). Desafíos de la seguridad en el comercio electrónico: Impacto en la confianza del consumidor. Editorial Webs of Influence.
- Mejía, E., & Palacios, G. (2021). MODELO DE NEGOCIO E-COMMERCE COMO GUIA PARA EMPRENDEDORES QUE PRETENDAN PROMOVER SUS NEGOCIOS DE FORMA DIGITAL EN GUAYAQUIL. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Puigvert, A. (2023). Principales factores que determinan la adopción de plataformas de e-commerce nativas digitales del sector agropecuario: el caso de la compra de insumos por parte de productores agrícolas de soja en Argentina. Universidad de San Andrés.
- Rivera, L. y Torres, M. (2020). Fundamentos de marketing: Estrategias y procesos organizacionales.
- Sánchez, E., & Memblela, M. (2020). Communication strategies of social media influencers for branding: the case of Carlos Ríos and Café Secreto. *adComunica*. En *Revista Científica del Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*. (pág. 20)
- Smith, J. Q., Jones, M. R. y Brown, C. D. (2020). Promoción de la evolución gerencial y la gestión de recursos en los panoramas empresariales contemporáneos. *Journal of Management Studies*, 58, 1-25.
- Schaffer, N. (2020). Estrategias efectivas de redes sociales: Cómo fortalecer la confianza y la credibilidad de la marca en el entorno digital. Editorial de Cartagena
- Sutherland, R. (2019). *Alchemy: The Dark Art and Curious Science of Creating Magic in Brands, Business, and Life*. Nueva York: William Morrow.
- Torres, R., Rivera, J., Cabarcas, R., & Castro, Y. (2019). La efectividad del uso del marketing digital como estrategia para el posicionamiento de las pymes para el sector comercio en la ciudad de Barranquilla. Universidad Simón Bolívar, Barranquilla-Colombia.: *Revista I+D en TIC*.
- Vizcaíno Zúñiga Paulina Iveth, Cedeño Cedeño Ricardo Javier (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar
- Zambrano Fajardo, M. (2019). Análisis cualitativo del impacto de la gestión de. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/35259>

## ESTRATEGIAS DISRUPTIVAS PARA LA COMPETITIVIDAD: USO DE REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES EN LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EDUCATIVO

### DISRUPTIVE STRATEGIES FOR COMPETITIVENESS: USE OF DIGITAL PLATFORMS AND SOCIAL NETWORKS IN THE MANAGEMENT OF EDUCATIONAL KNOWLEDGE

*\*Cynthia Katherine Icaza Cárdenas, \*Christian Josué Riquero Pincay*

*<sup>1</sup>Instituto Superior Tecnológico ARGOS, Ecuador*

*<sup>2</sup>Universidad de Málaga*

#### Resumen

La integración de redes sociales y plataformas digitales en el plan de estudios puede ser un catalizador para una educación más disruptiva, transformando la manera en que los estudiantes aprenden y posicionándose también como una estrategia clave para la competitividad en un entorno cada vez más tecnológico. Al incorporar plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn, se fomenta una participación activa, donde los alumnos pueden interactuar y colaborar en tiempo real, tanto dentro como fuera del aula. Esta orientación personaliza la enseñanza, permitiendo a los alumnos acceder a contenidos y recursos adaptados a sus intereses y necesidades específicas. Estas herramientas digitales ayudan a crear grupos en línea donde estudiantes, profesores y expertos pueden interactuar, compartir recursos y conocimientos de manera instantánea, de esta manera se fomenta el aprendizaje colaborativo y la creación de comunidades académicas. Este estudio tiene como objetivo instruir sobre el correcto empleo de las redes sociales para que sean utilizadas como estrategias pedagógicas dentro de su formación contribuyendo al desarrollo de una educación más competitiva. La investigación tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo, con una muestra de 100 estudiantes de la ciudad de Guayaquil elegidos aleatoriamente. Las conclusiones están enmarcadas en el uso de los medios sociales como método de aprendizaje en instituciones de educación superior ofrece un gran potencial para enriquecer y diversificar el proceso de formación siempre y cuando se implemente de manera ética. Este panorama enriquece el proceso de enseñanza-aprendizaje y prepara a los alumnos para enfrentar los retos y aprovechar las oportunidades del mundo digital contemporáneo.

**Palabras clave:** Educación disruptiva, competencias digitales, redes sociales, gestión del conocimiento

#### Abstract

The integration of social networks and digital platforms in the curriculum can be a catalyst for a more disruptive education, transforming the way in which students learn and positioning itself as a key strategy for competitiveness in an increasingly technological environment. By incorporating platforms such as Facebook, Twitter, Instagram and LinkedIn, active participation is encouraged, where students can interact and collaborate in real time, both inside and outside the classroom. This approach personalized teaching, allowing students to access content and resources tailored to their specific interests and needs. These digital tools help create online groups where students, teachers and experts can interact, share resources and knowledge instantly and globally. They also encourage collaborative learning and the creation of academic communities. This study aims to instruct on the correct use of social networks so that they can be used as pedagogical strategies within their training, contributing to the development of a more competitive education. The research has a quantitative and qualitative approach, with a sample of 100 students from the city of Guayaquil chosen randomly. The conclusions are framed in the use of social media as a learning method in higher education institutions offers great potential to enrich and diversify the training process if it is implemented ethically. This approach enriches the teaching-learning process and prepares students to face the challenges and take advantage of the opportunities of the contemporary digital world.

**Keywords:** Disruptive education, digital skills, social networks, knowledge management

## 1. Introducción

En los últimos años las redes sociales y las plataformas digitales han transformado la manera en que interactuamos, comunicamos y accedemos a la información, estos cambios afectan a la rutina diaria, sino que tiene un cambio trascendental en el ámbito educativo. Las instituciones de educación superior enfrentan el desafío de adaptar sus diversos métodos de enseñanza a un entorno digitalizado donde el aprendizaje sea más flexible, interactivo y personalizado.

Uno de los componentes claves para este cambio es la integración de las redes sociales en los planes académico-ecuatorianos, es por esa razón que es necesario la digitalización porque permite crear experiencias adaptadas a las necesidades individuales de los alumnos, fomentando un aprendizaje más significativo y relevante en un mundo cada vez más globalizado (Siemens, 2005; Christensen et al., 2008).

Esto es respaldado por el estudio realizado por (Dron, 2011) y (Siemens, 2005) que menciona que este fenómeno se debe a la teoría de conectivismo donde se facilita el acceso a la información, se fomenta tanto el aprendizaje colaborativo y autónomo que son esenciales en un entorno competitivo. También se basa en la teoría

de la sociedad del conocimiento que plantea la importancia de la digitalización en la gestión del conocimiento que propone el uso de plataformas digitales y redes sociales como ejes centrales para la competitividad educativa (Castells, 2000).

En la era actual las redes de intercambio social como Facebook, X e Instagram se han convertido en plataformas tanto comunicacionales y pedagógicas porque permiten una participación activa al poder interactuar en tiempo real, compartir recursos y desarrollar competencias digitales que son esenciales para el futuro profesional (Manca & Ranieri, 2016).

La investigación enmarca la realidad de la educación superior ecuatoriana y de muchos países latinoamericanos que aún no se han adoptado completamente al uso de herramientas digitales en línea y medios interactivos en sus estrategias pedagógicas.

Pese al crecimiento rápido del uso masivo de las redes sociales dentro de la población juvenil, es por ese motivo que se siguen enfrentado a barreras tales como la resistencia al cambio de algunos sectores empresariales y la ausencia de cuerpo legales normativos y pedagógicos que regulen el uso de estas herramientas dentro del proceso de enseñanza – aprendizaje. En un estudio realizado por el investigador (Tes, 2013)

ha evidenciado que “la integración de las redes sociales en el ámbito académico puede aumentar el compromiso, mejorar la interacción entre estudiantes, profesores y facilitar el aprendizaje más dinámico y participativo”.

A veces esto se ve opacado por retos como el ciberacoso, la privacidad de datos, la propagación de desinformación entre otras. A nivel mundial, se ha discutido la necesidad de incorporar las tecnologías disruptivas en la educación para mejorar la competitividad de las instituciones de educación superior y preparar mejor a los alumnos para el desempeño laboral del siglo XXI.

Para los autores (Siemens, 2005) y (Christensen et al., 2008) consideran que la digitalización del entorno académico y la personalización del aprendizaje son elementos claves para responder a las necesidades educativas que tienen los alumnos.

### Elementos de la educación disruptiva

Las diversas estrategias disruptivas en el ámbito educativo están orientadas a cambiar los modelos tradicionales de la enseñanza, integrando las tecnologías y herramientas innovadoras que potencian la competitividad de las universidades. El uso de plataformas digitales y redes sociales juega un papel trascendental en la creación de entornos de aprendizaje dinámicos,

colaborativos y personalizados. Los principales elementos de la educación disruptiva son:

- La personalización de la enseñanza debe adaptarse a las necesidades de cada estudiante, de esta manera permite un aprendizaje más efectivo y significativo (Zhao, 2019). Por medio del análisis de las interacciones en redes sociales y el uso de herramientas de análisis de datos, los profesores deben ajustar sus planes académicos para garantizar que cada estudiante reciba el apoyo adecuado que va en función de su progreso.
- El uso de la inteligencia artificial permite analizar y gestionar grandes volúmenes de datos para que se mejore el sistema de aprendizaje. De esta manera se optimiza la eficiencia del proceso educativo (Holmes et al., 2019). La IA puede ayudar a los profesores a gestionar mejor los datos, permitiendo un enfoque más preciso en la gestión de la sociedad del conocimiento.
- Las redes sociales y plataformas digitales enfatizan sobre la importancia de la experiencia práctica en el proceso de aprendizaje, permitiendo a los alumnos aplicar conocimientos teóricos y prácticos en contextos reales, lo que refuerza su comprensión. Esto se da por medio de simulaciones, proyectos colaborativos en línea y la



interacción con las comunidades profesionales.

- La gamificación integrando juegos en el aprendizaje de los estudiantes nos permite motivar y comprender a los alumnos, convirtiendo el proceso educativo en una experiencia interactiva y divertida (Deterding et al., 2011). Al emplear estrategias en la gestión del conocimiento, las instituciones de educación superior fomentan un aprendizaje más profundo.
- La educación disruptiva se enfoca en el bienestar de los alumnos al ofrecer un aprendizaje flexible que permite reducir el estrés académico y la deserción escolar. Una investigación realizada en Australia determinó que al integrar metodologías disruptivas que si consideran a las necesidades emocionales y sociales de los alumnos va a reducir completamente el abandono universitario.

### Las redes sociales como herramientas educativas y estrategias de aprendizaje

En el contexto de las redes sociales como estrategia de aprendizaje tienen raíces profundas en la interacción social y la gestión del conocimiento y la optimización del aprendizaje en entornos académicos. Desde la aparición de plataformas de comunicación en línea como los foros y comunidades en la era pre-redes sociales, hasta el

surgimiento de plataformas educativas en línea como Blackboard y Moodle, ha marcado una tendencia creciente en la integración de la tecnología educativa. Con el surgimiento de plataformas como Friendster, MySpace y, posteriormente, Facebook, a fines de la década de 1990 y principios de la década de 2000, el panorama cambió absolutamente.

Estas redes sociales ofrecieron a los usuarios la capacidad de conectarse, compartir contenido, discutir temas y colaborar en línea, sentando las bases para la participación activa y el intercambio de ideas que serían fundamentales en entornos educativos. Según un estudio realizado por (Manca y Ranieri, 2016) las redes sociales permiten a los alumnos desarrollar habilidades colaborativas y el pensamiento crítico al interactuar en entornos digitales, lo que refuerza su aprendizaje y los prepara para asumir los desafíos de esta nueva era.

Esta actúa como una extensión del aula permitiendo a los alumnos acceder a recursos educativos y colaborar con sus compañeros fuera del horario escolar. Esto ha llevado a un aprendizaje más autodirigido y a la capacidad de los estudiantes de explorar temas que le interesan a un ritmo que se adapta a su propio estilo de aprendizaje (Greenhow & Lewin, 2016). Al incorporar sitios de interacción social en el entorno formativo, se potencia la capacidad de

las instituciones de educación superior para gestionar el conocimiento de manera efectiva, permitiendo a los alumnos formar competencias como el pensamiento crítico, la colaboración interdisciplinaria, la comunicación digital, la resolución de problemas en equipo y la gestión autónoma de proyectos. De esta manera se va a apoyar la competitividad académica y fomenta el aprendizaje más flexible, interactivo y personalizado esenciales para las universidades que buscan adaptarse a las exigencias y a las realidades del mundo.

### Tipología de redes sociales relevantes en el ámbito académico

Las redes sociales se presentan como herramienta importante para la gestión del conocimiento educativo en la manera en que los estudiantes y docentes interactúan, colaboran y acceden al conocimiento y estos modelos son:

- **Facebook:** Es utilizado para crear grupos de estudio, organizar eventos académicos y compartir recursos entre alumnos y docentes. Permite integrar medios multimedia como videos y presentaciones facilita la comunicación virtual y la interacción constante. Para (Madge et al., 2009) el uso de esta plataforma "permite a los alumnos y profesores crear comunidades de aprendizaje colaborativos, donde la participación activa y la interacción

son claves para el proceso de formación universitaria".

- **Twitter:** Es utilizado para fundamentar la participación en debates y discusiones en tiempo real, especialmente en temas de actualidad o en eventos educativos. Los hashtags permiten organizar y seguir conversaciones de temáticas específicas, mientras que la brevedad de los mensajes fomenta la claridad y la concisión. Para el autor (Junco et al, 2011) esta plataforma "ofrece el intercambio de ideas y la participación de debate que puede complementar y enriquecer el aprendizaje dentro del aula".
- **LinkedIn:** Es útil para la creación de redes profesionales, esta herramienta permite a los alumnos conectar tanto con mentores, profesionales y líderes de diferentes áreas. Según un estudio desarrollado por (Bissnola y Imperatoti, 2019) esto va a permitir "reforzar su marca personal y mejorar su empleabilidad mostrando sus habilidades y logros en un portafolio personal en línea".
- **Instagram:** Es una plataforma visual que se ha utilizado para la creación de proyectos multimedia, producción multimedia, storytelling (el arte de contar historias) y la promoción de la creatividad. Los autores (Hu y Wang, 2020) mencionan que al usar la aplicación dentro de la educación se va a "fomentar la participación



de los estudiantes en actividades multimedia y gráficas". Lo que resulta importante para la disciplina del periodismo, el marketing y el diseño gráfico.

### Modelos activos apoyados en las redes sociales

Los modelos de aprendizajes apoyados en las redes sociales se presentan como instrumentos importantes para la gestión del conocimiento educativo en la manera en que los estudiantes y docentes interactúan, colaboran y acceden al conocimiento y estos modelos son:

- Aprendizaje basado en proyectos (ABP) estas van a permitir compartir ideas y recibir retroalimentación en tiempo real. Para (Rodríguez y Fernández, 2011, p.45) la plataforma de redes sociales proporciona un "espacio dinámico para que los alumnos colaboren en proyectos, compartan recursos y obtengan una retroalimentación inmediata de sus compañeros y docentes. Esto desarrolla un aprendizaje práctico, colaborativo y enfocado en la resolución de problemas preparando a los alumnos para diversos entornos profesionales.
- Aprendizaje colaborativo por medio de las redes sociales y plataformas educativas también

se puede construir conocimiento juntos a través de discusiones y el intercambio de recursos. Al utilizar plataformas educativas como Edmodo o Google Classroom para asignar proyectos grupales. Los estudiantes pueden colaborar en la creación de presentaciones, documentos compartidos o proyectos multimedia, fomentando el trabajo en equipo y la investigación conjunta. Según el estudio de (Gao, Zhang y Franklin, 2011) este aprendizaje no solo promueve la construcción de conocimiento, sino también el desarrollo de habilidades interpersonales y de comunicación.

- Aprendizaje basado en la investigación: Las redes sociales permiten a los estudiantes acceder a nuevas fuentes de información primarias y secundarias y contactar con expertos en diversas áreas de estudios. Estas "facilitan un entorno de aprendizaje colaborativo y promueven la investigación independiente al ofrecer acceso inmediato a una amplia gama de recursos y expertos, lo que potencia la adquisición de conocimientos de manera autónoma y crítica" (Huang, H. M., & Yang, C. C., 2017).
- Narrativa digital: plataformas como Instagram y YouTube pueden ser utilizadas para que los alumnos creen y compartan narrativas digitales desarrollando habilidades de producción de contenido y de

comunicación visual. Según un estudio realizado por (Saura, Palos – Sánchez y Correia, 2019) el uso de este recurso mejora "la creatividad de los estudiantes, también las habilidades de comunicación visual y crítica".

### El rol docente como mediador en el uso responsable de las redes sociales para el desarrollo de competencias digitales

Los profesores son mediadores del conocimiento, es decir guían a los alumnos en el uso adecuado y estratégico de herramienta asegurando que tenga un impacto positivo y formativo dentro de la educación de competencias digitales. Se detallan las siguientes acciones que un docente puede realizar para maximizar el potencial de estas plataformas:

- Los docentes deben crear y recomendar contenidos relevantes en redes sociales, ayudando a los alumnos a conseguir información importante y disponible para enfocarse en contenido de calidad. Es lo que actualmente está ocurriendo dentro de plataformas como LinkedIn ha evolucionado más allá de ser una plataforma de búsqueda de empleo para convertirse en un espacio donde se compartan y se divulguen artículos, investigaciones, cursos y webinars que sean altamente relevantes para el desarrollo académico y

profesional. Además, dentro de los contenidos de Facebook también se deben publicar contenido educativo para que nuestros jóvenes estén bien informados. Estas plataformas forman parte de un espacio integral donde se fomenta el networking profesional y el aprendizaje continuo. En plataformas como X o Facebook los docentes pueden crear y gestionar discusiones en grupos institucionales, donde se publique y comparta contenidos educativos que mantengan informados a los alumnos. De esta manera se propicia un entorno de aprendizaje correcto, fomentando una comunidad educativa activa y comprometida con el desarrollo de competencias digitales y académicas de los alumnos.

- Los catedráticos deben enseñar y modelar comportamientos digitales responsables, incluyendo la etiqueta en línea, la gestión de la privacidad y la verificación de fuentes promoviendo así el uso ético de las plataformas disponibles. Los profesores deben de ser ejemplos de cómo manejar su presencia en línea de manera correcta y profesional, demostrando la importancia de mantener un perfil digital coherente y seguro. Además, se deben fomentar y moderar discusiones constructivas donde se promueva un ambiente de respeto y colaboración.

## 2. Metodología

El estudio tendrá un enfoque mixto tanto de métodos cuantitativos y cualitativos para poder obtener una visión sobre la integración de las redes sociales en el plan académico ecuatoriano. Esto va a permitir explorar en profundidad percepciones y actitudes que resulta transcendental para conocer el impacto que tiene las tecnologías en el entorno educativo.

El diseño de esta investigación es exploratorio y descriptivo porque permite identificar patrones de comportamientos y posturas de los estudiantes hacia el uso de estas tecnologías dentro del entorno académico. Como instrumentos del estudio se emplearon encuestas estructuradas a 100 estudiantes de la ciudad de Guayaquil elegidos de manera aleatoria y la entrevista realizada a una docente.

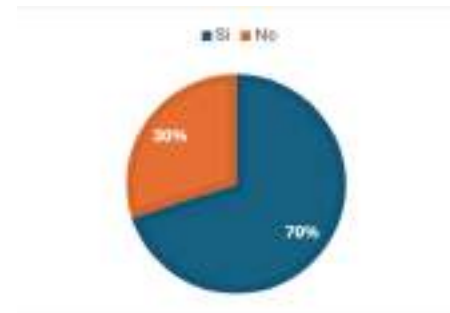
Se evidencio que existe un alto porcentaje de alumnos que ven a estas plataformas como una oportunidad de aprendizaje y de colaboración, Pero también se identificaron algunas áreas de mejora como la necesidad de una mayor capacitación al profesorado para integrar de manera efectiva y ética en el entorno académico.

## 3. Resultados

Las preguntas planteadas a los estudiantes en esta investigación son:

**¿Consideras que el uso de redes sociales en la gestión del conocimiento mejora su aprendizaje y la competitividad académica?**

**Fig. 1. Uso de las redes sociales en la gestión del conocimiento y competitividad**



El gráfico estadístico muestra que el 70% de los alumnos consideran que el uso de las redes sociales dentro de las actividades académicas mejora el aprendizaje, lo que refleja un gran respaldo hacia la integración de herramientas en el entorno educativo. Sin embargo, un 30% no percibe estos beneficios lo que sugiere la necesidad de estrategias que maximicen su efectividad y aborden las preocupaciones de todos los alumnos.

**¿Consideras que tus profesores están capacitados para integrar estrategias disruptivas utilizando las redes sociales para gestionar y compartir conocimiento de manera efectiva en sus clases?**

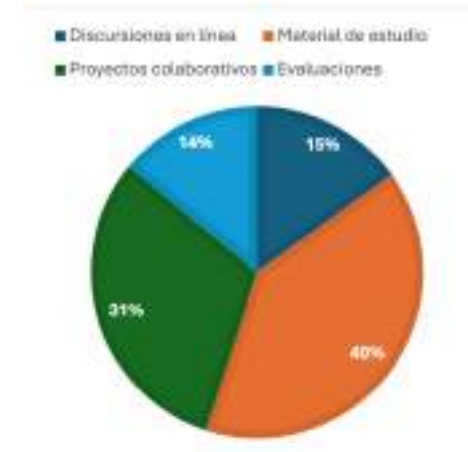
**Fig. 2. Docentes capacitados en educación disruptiva y uso de las redes sociales**



El gráfico demuestra que el 72% de los estudiantes perciben que sus docentes no están suficientemente capacitados para integrar estas redes sociales y plataformas en sus aulas de clases, lo que sugiere que necesitan fortalecer su formación académica. Mientras que el 28 % de los alumnos considera que sus docentes están preparados para el uso de herramientas digitales en la educación

**¿Qué tipo de contenido o actividades prefieres que se gestionen a través de redes sociales y plataformas digitales en sus clases para mejorar la colaboración y el aprendizaje?**

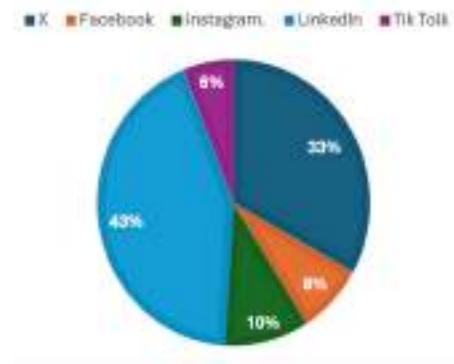
**Fig.3 Contenidos en redes sociales para mejorar la colaboración**



El gráfico indica que el 31 % de los alumnos tienen una fuerte preferencia por utilizar redes sociales y plataformas digitales para proyectos colaborativos, el 14 % evaluaciones lo que sugiere que estas herramientas se consideran útiles para actividades que requieren interacción y coordinación. En contraste con las discusiones en línea con el 15% y el acceso a materiales de estudio con el 40% son de las menos preferidas por los estudiantes.

**¿Qué red social considera más útil para fines educativos en la gestión del conocimiento y desarrollo de estrategias competitivas en el aprendizaje?**

**Fig.4 Redes sociales para la gestión del conocimiento**



El gráfico destaca que el LinkedIn es la plataforma que más contenido educativo emite con el 43% y seguido X con 33%. El 10% en Instagram por su relevancia por su capacidad de compartir contenido visual educativo, Facebook con el 8% y Tik Tok con 6% cada uno son menos preferidos, lo que sugiere que su uso académico es más limitado en comparación con otras redes sociales.

Además, en la encuesta se evidencia que le gustaría recibir contenido sobre consejos, tutoriales, guías prácticas y materiales de estudios compartidos por docentes. Esto subraya la necesidad de diseñar estrategias educativas que aprovechen las plataformas de manera correcta para gestionar el conocimiento y aumentar la competitividad educativa, optimizando el tipo de contenido que se ofrecen para satisfacer las necesidades y las preferencias de los alumnos.

En la entrevista realizada a la PhD. Delia Peña nos manifestó lo siguiente:

**¿Considera que el uso de redes sociales y plataformas digitales debería ser un componente obligatorio en el currículo académico? ¿Por qué?**

Debería ser un componente obligatorio dentro del plan de estudio porque estamos en una era digital y es fundamental que los alumnos desarrollen competencias tecnológicas que los preparen para el mercado laboral.

Las redes sociales y las plataformas digitales mejorarían la comunicación, la colaboración y proporcionarían recursos educativos importantes creando entornos de aprendizaje dinámicos e interactivos.

Mi rol como profesora ha evolucionado de ser un medio transmisor de conocimiento a un facilitador del aprendizaje. Con las herramientas digitales, los alumnos tienen acceso inmediato a una gran cantidad de información, por lo que ahora mi trabajo se centra más en dirigirlos para que sepan cómo utilizar y analizar los datos de manera crítica y efectiva, enseñándoles a colaborar y compartir conocimientos mediante proyectos y actividades que fomenten la interacción y el aprendizaje colaborativo como foros y discusiones en línea.

De esta manera se va a aumentar la competitividad de los alumnos y a prepararlos para los retos del mercado profesional digital.

#### 4. Conclusiones

El estudio ha demostrado que la implementación de las redes sociales como herramientas para compartir información y colaborar entre docentes, estudiantes y otros actores del ámbito educativo, de esta manera se va a mejorar la accesibilidad del conocimiento, facilitando el aprendizaje colaborativo y personalizado.

Las instituciones de educación superior deben implementar programas de formación continua para profesores centrados tanto en los aspectos técnicos como en el desarrollo de estrategias y metodologías pedagógicas disruptivas que optimicen el uso de las redes sociales en la gestión del conocimiento en la educación.

Las instituciones de educación superior deben contemplar la provisión de dispositivos, acceso a internet y la creación de espacios tecnológicos para evitar que exista una brecha digital, de esta manera se garantiza que los alumnos tengan las mismas oportunidades de aprovechar las ventajas que ofrecen las redes sociales y las plataformas digitales en el ámbito educativo, potenciando así su competitividad académica y profesional.

Esta integración se debe dar de manera progresiva y planificada realizando un diagnóstico situacional previo donde se identifique las necesidades y capacidades de los alumnos como de los docentes. También se debe enseñar a los estudiantes cómo usar correctamente las herramientas digitales y desarrollar en ellos la capacidad crítica para evaluar la calidad y veracidad de la información que se encuentra en línea.

Esta formación va a permitir gestionar y aprovechar de manera óptima el conocimiento disponible que se adquiere en las redes sociales, mejorando su rendimiento académico y su capacidad para competir en el mercado laboral ecuatoriano.

## 5. Referencias

- Bissola, R., & Imperatori, B. (2019). The power of online networks: A study on the use of LinkedIn by university students for job search. *Journal of Education and Work*, 32(1), 52-66. <https://doi.org/10.1080/13639080.2019.1583055>
- Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Christensen, C. M., Horn, M. B., & Johnson, C. W. (2008). *Disrupción de la clase: cómo la innovación disruptiva cambiará la forma en que el mundo aprende*. McGraw-Hill.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). De los elementos de diseño de juegos a la gamificación: definición de la "gamificación". En 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments (pp. 9-15). ACM. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Dron, J. (2011). *Teaching Crowds: Learning and Social Media*. Athabasca University Press.
- Gao, F., Zhang, T., & Franklin, T. (2011). Diseño de entornos de aprendizaje colaborativo utilizando redes sociales. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, 7(4), 476-490. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Greenhow, C., & Lewin, C. (2016). Redes sociales y educación: reconceptualización de los límites del aprendizaje formal e informal. *Learning, Media and Technology*, 41(1), 6-30. <https://doi.org/10.1080/17439884.2015.1064954>
- Hjorth, M., Lee, Y., & Imura, T. (2023). Student mental health and dropout from higher education: An analysis of Australian administrative data. *Higher Education*. <https://link.springer.com>
- Holmes, W., Bialik, M., & Fadel, C. (2019). *Inteligencia artificial en educación: promesas e implicaciones para la enseñanza y el aprendizaje*. Centro para el rediseño curricular.
- Hu, Y., & Wang, Y. (2020). Educational uses of Instagram for visual storytelling and multimedia learning. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(1), 102-120. <https://doi.org/10.1186/s41239-020-00217-6>
- Huang, H. M., & Yang, C. C. (2017). Using social media to create a sense of community in online classes: Facebook as an example. *Educational Technology & Society*, 20(2), 16-28.
- Junco, R., Heiberger, G., & Loken, E. (2011). The effect of Twitter on college student engagement and grades. *Journal of Computer Assisted Learning*, 27(2), 119-132. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2010.00387.x>
- Madge, C., Meek, J., Wellens, J., & Hooley, T. (2009). Facebook, social integration and informal learning at university: 'It is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work'. *Learning, Media and Technology*, 34(2), 141-155. <https://doi.org/10.1080/17439880902923606>
- Manca, S., & Ranieri, M. (2016). Networked scholarship and motivations for social media use in scholarly communication. *British Journal of Educational Technology*, 47(5), 926-939. <https://doi.org/10.1111/bjet.12382>
- Siemens, G. (2005). Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(1), 3-10. <https://doi.org/10.1080/17439884.2015.1064954>
- Zhao, Y. (2019). *Personalización del aprendizaje y enseñanza adaptativa en la era digital*. Springer.



## ESTRATEGIAS PARA POTENCIAR LA SOSTENIBILIDAD Y CRECIMIENTO DE LAS PYMES: CASO DE ESTUDIO LANA PLUS

### STRATEGIES TO ENHANCE SUSTAINABILITY IN ENTREPRENEURSHIP LANA PLUS

*<sup>1</sup>Vivian Nicole Villalva Vásquez, <sup>2</sup>Edgar Enrique Villalva Cárdenas, <sup>3</sup>Luis Andrés López Molina, <sup>4</sup>Marco Antonio Villalva Cárdenas*

*<sup>1</sup>Escuela Superior Politécnica del Litoral*

*<sup>2</sup>Universidad de Guayaquil*

*<sup>3</sup>Instituto Superior Tecnológico Vicente Rocafuerte*

### Resumen

En el competitivo mercado de Ecuador, Lana Plus, es un emprendimiento dedicado a la venta de lanas que busca asegurar su sostenibilidad y crecimiento. La investigación tiene como objetivos analizar el mercado de lanas, explorar nuevas oportunidades de venta y mejorar la gestión financiera. La hipótesis plantea que la implementación correcta de estrategias permitirá superar los desafíos y consolidar su presencia. Este enfoque es crucial para fortalecer la competitividad y asegurar el éxito a largo plazo. Para el desarrollo se aplicó una metodología compuesta, donde se emplearon entrevistas no estructuradas, encuestas y revisión bibliográfica. Se utilizó la metodología Design Thinking para fomentar la creatividad y empatía, aplicando técnicas específicas para entender el emprendimiento y sus necesidades. En los resultados más importantes se destacó la importancia e impacto que tiene en los consumidores un correcto manejo de redes y la influencia del precio y variedad en su toma de decisiones. El análisis revela que la diversificación de productos y una mayor presencia en redes sociales mejoran el interés del cliente. La oferta de servicios adicionales, como talleres, aumenta la satisfacción. Para ser competitivo, es crucial invertir en la importación de lanas, lo que permitirá reducir precios y ampliar la base de clientes.

**Palabras Clave:** Sostenibilidad, Innovación, Competitividad, Diversificación, Estrategias

### Abstract

In the competitive market of Ecuador, Lana Plus is a business dedicated to the sale of wool that seeks to ensure its sustainability and growth. The research aims to analyze the wool market, explore new sales opportunities and improve financial management. The hypothesis states that the correct implementation of strategies will allow to overcome the challenges and consolidate its presence. This approach is crucial to strengthening competitiveness and ensuring long-term success. For the development, a composite methodology was applied, where unstructured interviews, surveys and bibliographic review were used. The Design Thinking methodology was used to promote creativity and empathy, applying specific techniques to understand entrepreneurship and its needs. The most important results highlighted the importance and impact that correct network management has on consumers and the influence of price and variety on their decision making. The analysis reveals that product diversification and a greater presence on social networks improve customer interest. Offering additional services, such as workshops, increases satisfaction. To be competitive, it is crucial to invest in wool imports, which will reduce prices and expand the customer base.

**Keywords:** Sustainability, Innovation, Competitiveness, Diversification, Strategies



## 1. Introducción

En el entorno emprendedor actual en el Ecuador, muchos emprendimientos fracasan. Según (Ecuavisa, 2023), “75% de los emprendimientos fracasa antes de su tercer año”, por eso la sostenibilidad y la innovación se convierten en factores críticos para el éxito de las empresas. Esta investigación se centra en Lana Plus, una tienda de lanas y accesorios de tejido ubicada en Guayaquil, Ecuador.

El emprendimiento inicia en mayo de 2020 con la Eco. Nelly Loor, actual gerente de finanzas, tras recibir la liquidación de su último empleo comienza modestamente con un pequeño puesto y unas cuantas lanas, sin presencia en redes sociales. Para generar algunos ingresos, se empiezan a vender mascarillas.

La llegada de la Ing. Nelly Vásquez, actual gerente de marketing e hija de la fundadora marca un punto de inflexión. Comienza a realizar fotografías con cámaras profesionales y a subirlas a Instagram, además de pagar publicidad en redes sociales como Facebook e Instagram para aumentar el alcance.

Así, se crea una comunidad, destacando la venta de productos personalizados de lana y accesorios complementarios, adaptándose paulatinamente a las necesidades del mercado. Sin embargo, a medida que el emprendimiento crece,

también enfrenta desafíos significativos. El objetivo de este trabajo es desarrollar estrategias efectivas que permitan a Lana Plus asegurar su sostenibilidad a largo plazo. Por tanto, se enfoca en resolver problemas inmediatos y en sentar las bases para un crecimiento sostenible y exitoso en el futuro.

## 2. METODOLOGÍA

### 2.1 Diseño de investigación

Para la realización de la presente investigación, se implementó una metodología de carácter mixto. Las fuentes de investigación que se utilizaron fueron primarias, como entrevistas no estructuradas, y encuestas; y secundarias, para el resto de la información necesaria para comprender las bases que debe tener un negocio para su sostenibilidad en sus primeros años, esto a través de la revisión de fuentes bibliográficas.

### 2.2 Design Thinking

Design Thinking es una metodología altamente aplicada en la actualidad gracias a su capacidad para crear soluciones innovadoras que responden a las necesidades de los clientes, fomentando la empatía, intuición, creatividad y generación de ideas actualizadas al contexto de la problemática (Barbosa Quintero y Estupiñan Ortiz, 2023).

Partiendo de esta idea, el presente trabajo se elaboró teniendo en cuenta esta metodología como pilar, ya que las distintas técnicas que se desprenden del Design Thinking fueron herramientas fundamentales para la obtención de información y conocimiento del emprendimiento y sus actores.

### 2.3 Mapeo de actores

En la primera fase del Design Thinking, centrada en empatizar con el cliente, se buscó obtener una comprensión profunda de los involucrados y cómo la problemática les afectaba. Se empleó la herramienta del mapa de actores, la cual facilitó el diseño de soluciones que se alinearan con las necesidades reales de las personas seleccionadas.

La estructuración de esta fase fue mediante la agrupación de tres grupos distintos, facilitando la tarea de dividirlos por importancia y nivel de involucración. Se identificaron actores más involucrados, quienes afectan de manera significativa al emprendimiento y tienen mayor grado de interés, actores parcialmente involucrados, quienes afectan en menor proporción, pero aún mantienen un alto grado de interés y, por último, actores menos involucrados, quienes no son afectados directamente con los resultados de la investigación.

### 2.4 Entrevistas

Una vez identificados los actores, se realizaron entrevistas de manera abierta y no estructurada, permitiendo a los entrevistados expresarse en sus explicaciones sin limitaciones. En las entrevistas se explicó la finalidad del trabajo y se buscó obtener la opinión, experiencias e información adicional de los involucrados seleccionados para esta fase.

Se escogió seis actores de los diferentes grupos de interés, priorizando a los actores del nivel de mayor involucración.

### 2.5 Observaciones

Tras terminar las entrevistas, se acercó a la tienda física de Lana Plus para analizar el comportamiento e interacciones en un ambiente cotidiano entre trabajadores, clientes y jefes y el entorno de la localidad.

Esta herramienta permitió levantar información relevante no obtenida en las entrevistas, ya que se pudo analizar la conducta de las partes en su estado natural, en contraste con las respuestas formales dadas en las entrevistas.

### 2.6 Lluvia de ideas

Con la información de las entrevistas transcritas, y los resultados de las encuestas, se hizo una lluvia de ideas

para generar opciones y oportunidades de mejora. En esta fase, se consideraron todas las propuestas sin restricción de viabilidad o relevancia. Se utilizó la plataforma Canvas para añadir ideas como notas adhesivas de forma colaborativa, mejorando la visualización y el orden.

### 2.6.1 Saturación y agrupación

Terminada la lluvia de ideas, se agrupó la información obtenida en una matriz que agrupaba las ideas según el criterio asignado, permitiendo así tenerla disponible de manera visual.

Según las categorías asignadas, se pudieron obtener insights o ideas reveladoras necesarias para entender mejor cuáles eran los puntos por abordar. Como en la fase anterior, se utilizó una plataforma externa, en este caso Miro.

### 2.6.2 Matriz impacto/dificultad

En esta fase se organizó la información en dos ejes: el eje Y, que consideraba la importancia de las ideas propuestas, y el eje X, que ponderaba su nivel de dificultad en cuanto a ejecución.

El propósito de esta matriz era identificar las opciones de estrategia más viables para abordar la problemática planteada. Siendo el cuadrante de menor dificultad y mayor importancia, la escogida.

## 2.7 Población y Muestra

Se tomó como población los potenciales clientes de Lana Plus, delimitado por todo el Ecuador. Para realizar el cálculo se utilizó la herramienta de calculadora de muestras de la plataforma Raosoft, se tomaron en cuenta las siguientes variables:

- Nivel de confianza: Grado de seguridad en que los datos fueran representativos de la población. El nivel de confianza utilizado fue del 95%.
- Margen de error: Porcentaje de error que hubiera en la muestra, a mayor margen de error menor nivel de confianza. El margen de error utilizado fue del 5%.
- Población: Número total de personas consideradas para el cálculo de la muestra. Los datos de la población se recuperaron del INEC, 17.9 millones de habitantes según proyección (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2024).

## 2.8 Encuestas

Se realizaron las encuestas, las cuales estuvieron orientadas a todas las provincias del país, con el objetivo de conocer si existía posibilidad de explotación de mercado ya que, usualmente, la tienda dirigía

sus productos a Costa y Sierra limitadamente. Se utilizaron las redes sociales Instagram y WhatsApp Business para difundir la encuesta.

Para maximizar el alcance, se implementó una estrategia de incentivos: todas las personas que completaron la encuesta participaron en un sorteo para ganar una orden de compra de \$20,00 dólares americanos.

La encuesta estuvo disponible durante una semana, y el sorteo se realizó el martes 23 de julio de 2024. El ganador fue el usuario @vsb\_prv. La encuesta estuvo compuesta por 23 preguntas de opción múltiple, la cual se elaboró mediante la plataforma QuestionPro debido a que cuenta con una mejor interfaz de recolección y presentación de información. El propósito de esta recolección de información era conocer las preferencias de los consumidores y sus tendencias de consumo y uso de los productos ofrecidos.

### 2.8.1 Tratamiento estadístico

Después de recopilar datos de los clientes y seguidores del negocio, se procedió a tabular y analizar la información. Esto permitió visualizar los resultados a través de gráficos de pastel y de columnas, basados en las afirmaciones presentadas en la encuesta, facilitando así la interpretación de los resultados.

La información fue segmentada según los criterios de información establecidos en el formato de la encuesta.

## 2.9 Prototipado

Una vez analizada la información obtenida, se elaboró un prototipo materializado en formato de documento, donde se especificaron y explicaron las estrategias ideadas según los problemas y oportunidades de crecimiento encontrados.

### 2.9.1 Validación de prototipo

Después de culminar con la fase de prototipado, se inició la fase de validación de las estrategias propuestas, aplicándolas al grupo de actores seleccionado en la fase de mapeo de actores y entrevista, para identificar los elementos clave del prototipo. Con base en la retroalimentación obtenida, se propusieron sugerencias de mejora para la solución ideada.

### 2.9.2 Matriz de validación

En la última fase del prototipado, se recopiló y segmentó la información obtenida de los actores durante la validación, organizándola en una matriz de cuatro cuadrantes. En el primer cuadrante se incluyó la retroalimentación positiva, destacando los aspectos del prototipo que los actores consideraron más útiles o relevantes.

El segundo cuadrante resaltó las partes del prototipo que presentaron cierta complejidad o que requerían ajustes debido a cuestiones de viabilidad.

El tercer cuadrante se dedicó a las interrogantes y dudas expresadas por los actores, ofreciendo oportunidades para mejorar. Finalmente, el cuarto cuadrante presentó las ideas de mejora y sugerencias aportadas por los actores de validación.

### 2.9.3 Prototipo mejorado

El proceso de mejora del prototipo se basó en la retroalimentación obtenida a través de la matriz de validación. Tras recopilar esta información, se realizó un análisis exhaustivo de las sugerencias y recomendaciones de cada uno de los actores involucrados. Esta fase de validación fue crucial para fortalecer los aspectos clave que debe contemplar el prototipo.

Las mejoras propuestas sirvieron como guía para ajustar tanto el contenido como la estructura del manual, con el fin de garantizar que el documento final de estrategias sea más efectivo, claro y valioso para Lana Plus.

## 3. Resultados

### 3.1 Diseño de investigación

El presente estudio adopta un enfoque mixto, complementado por técnicas

cualitativas y cuantitativas para proporcionar una visión integral de la problemática vigente.

### 3.2 Design Thinking

Aplicando las distintas técnicas que ofrece el Design Thinking, a través de sus herramientas, se obtuvieron los siguientes resultados.

**Figura 1. Actores involucrados**



**Nota:** La figura detalla los tres grupos de actores identificados. **Fuente:** Elaboración propia

#### Actores más involucrados

■ Jefas: Principales interesadas de la investigación. Deciden si aplicar o no las estrategias propuestas. Son quienes proporcionan toda la información de la tienda.

### 3.3 Mapeo de actores

En el primer paso realizado, la definición de los actores del proyecto, se obtuvo un total de ocho actores involucrados, se los graficó en orden de involucramiento, con los actores más involucrados en el núcleo, los parcialmente involucrados en el rango intermedio y los menos involucrados en el rango exterior.

■ Clientes: Permiten conocer los gustos y preferencias que se tiene del mercado.

#### Actores parcialmente involucrados

■ Tutor del proyecto: Provee consultorías y revisiones a los estados financieros de la tienda y propone sugerencias de mejora.

■ Agente publicitario: Provee información sobre uso correcto de redes sociales y contenido relevante.

#### Actores menos involucrados

■ Posibles beneficiarios: Posibles comercios en que se pueda replicar el manual de estrategias. No es necesario que pertenezca al mismo giro de negocio.

■ Vecino comercial: Beneficiario colateral del crecimiento de la tienda ya que puede captar la atención de los clientes al ingresar o salir de Lana Plus.

■ Experta en importación: Provee información sobre el proceso de importación.

### 3.4 Entrevistas

Después de identificar los actores, se realizaron las entrevistas a seis actores: jefas (Lanas Plus), trabajadores, tutor del proyecto (experto financiero), cliente, agente publicitario y experta

en la importación. Entre los principales hallazgos de las entrevistas que se encontraron fueron:

#### 3.4.1 Entrevista con las jefas de Lana Plus

Se destacó que Guayaquil ofrece una oportunidad de mercado para tiendas especializadas en lana, dada la escasez de opciones en comparación con Cuenca y Quito. Sin embargo, Lana Plus enfrenta una competencia directa con Din, una tienda bien establecida que importa productos y cuenta con varios proveedores. Además, algunos de los proveedores han comenzado a vender directamente al público, lo que intensifica la competencia.

Las propietarias consideran que la importación directa podría mejorar su situación financiera, permitiéndoles reducir precios y competir mejor.

Desde su apertura, Lana Plus ha mantenido una buena presencia en redes sociales. No obstante, carecen de estrategias de marketing definidas, limitándose a pautar publicaciones en momentos de necesidad, como cuando falta liquidez.

El local enfrenta desafíos relacionados con la seguridad y la ubicación, lo que afecta la percepción de los clientes, quienes sugieren una ubicación más céntrica. El equipo de Lana Plus incluye

personal dedicado a la atención al cliente, gestión de redes sociales y promoción en vivo. A pesar de estos desafíos, han logrado mantener un buen historial crediticio, obteniendo financiamiento a través de bancos y proveedores, lo que les ha permitido acceder a más acuerdos y mejores condiciones de pago.

Inicialmente, adoptaron una estrategia de precios bajos para captar mercado, lo que generó problemas de rentabilidad. Actualmente, se enfocan en ofrecer una amplia variedad de productos y mantener precios competitivos. Ante la creciente competencia y los problemas de seguridad que han reducido la afluencia en la tienda, Lana Plus ha fortalecido sus ventas en línea. Además, planean abrir una nueva sucursal que funcione como punto de venta, bodega central y taller, considerando ubicaciones en Urdesa o Kennedy.

#### 3.4.2 Entrevistas con las trabajadoras

Revelan que la empresa ofrece un excelente ambiente laboral, lo que fomenta una dinámica de trabajo positivo. Ellas destacan que el uso de Instagram y TikTok ha sido fundamental para expandir las ventas y crear una comunidad, especialmente entre el público joven.

Un fuerte acercamiento con los clientes ha contribuido significativamente al crecimiento, pero señalan que es

necesario un esfuerzo continuo en la creación de contenido relevante y atractivo.

Reconocen que la industria del tejido está en expansión en el país, lo que presenta oportunidades de crecimiento. Sin embargo, este crecimiento también podría aumentar la competencia en el sector.

Sugieren que implementar días específicos para realizar inventarios sin ventas mejoraría la consistencia en la gestión de stock, ya que a veces el inventario se desajusta debido a errores en la facturación o cruces de códigos. También mencionan que hay demoras en la reposición de lanas debido a problemas con los proveedores, lo que puede afectar la disponibilidad de productos.

#### 3.4.3 Entrevista con el Tutor

Se destacó la importancia de llevar un indicador de ventas perdidas. Además, se mencionó la necesidad de evaluar la apertura de un nuevo local, considerando tanto los costos adicionales como las ventas esperadas para garantizar su viabilidad.

Enfatizó que un plan de marketing digital es crucial para atraer más clientes, sugiriendo un uso más agresivo de las redes sociales. También recomendó hablar con los clientes fieles

para entender qué los motiva a seguir comprando, lo que podría ayudar a fortalecer la estrategia de retención.

Se subrayó la importancia de reducir los costos operativos, y ajustar las expectativas de crecimiento de acuerdo con la realidad del mercado, dado que el país atraviesa una recesión.

Además, se sugirió evaluar la viabilidad de asumir nuevas deudas para invertir en importación como una estrategia para reducir costos y competir con los importadores actuales.

Por último, se propuso empezar con una inversión manejable de \$5,000 a \$10,000, tomando en cuenta que las ventas mensuales promedio están alrededor de \$8,000.

#### 3.4.4 Entrevista con Cliente

Los clientes aprecian la variedad de productos, ya que les gusta tener múltiples opciones en un lugar, lo que les ofrece mayor conveniencia al elegir dónde comprar.

La facilidad de acceso al punto de venta también es importante para ellos. Aunque la tienda está algo alejada, su ubicación en una vía principal con acceso a varias líneas de buses la hace más conveniente. Además, los clientes valoran los precios competitivos. Señalan que Lana Plus es una de las pocas

tiendas físicas que ofrece una amplia variedad de lanas a precios económicos, algo que han notado al comparar con otras opciones disponibles.

### 3.4.5 Entrevista con Agente Publicitario

Se destacó la importancia de conocer al público objetivo y analizar las redes sociales de emprendimiento, identificando fortalezas y debilidades. Para TikTok, se recomendó captar la atención en los primeros tres segundos con contenido visualmente atractivo. En Instagram, se sugirió manejar publicaciones que reflejen la identidad de la marca, con un enfoque en las historias para fomentar ventas directas. Facebook debe combinar elementos de ambas plataformas.

La agente insistió en destinar recursos para pautar y conectar con los clientes en redes sociales. Los resultados de una buena estrategia de marketing digital se esperan a partir del tercer mes, con evaluaciones periódicas de las estrategias y el entorno.

### 3.4.6 Entrevista con Experta en importación

Se hizo la revisión del proceso para lograr hacer importaciones efectivas. Entre los aspectos más relevantes se puede destacar la sugerencia en la negociación

de incoterms con el proveedor. También se recomendó utilizar la plataforma de DataSur para poder conocer más proveedores de lanas y a su vez hacerse conocer. Además, se hizo mención de que para ciertos destinos y proveedores es más provechoso hacer inversiones más grandes ya que el valor relacionado al envío es alto y es más beneficioso hacer una compra mayor.

### 3.5 Observaciones

Luego de terminadas las entrevistas, se realizó un acercamiento a la tienda física de Lana Plus junto con una breve entrevista realizada a un vecino comercial, Ferretería del Sr Edson, se puede concluir que la zona en sentido comercial es buena, porque está ubicada cerca de los centros comerciales Mall del Río y Riocentro Norte, además que está cerca del semáforo en la Av. Francisco Orellana, sin embargo indican que por temas de seguridad por la situación actual deben ahora cerrar más temprano, alrededor de la 5:30 pm.

El local es acogedor, porque tiene buena climatización, lo primero que se puede resaltar es que hay ruido visual debido a que existe mucho inventario apilado, las perchas cuentan con más stock del que pueden almacenar.

**Figura 2**  
**Ficha de observación en local**

| FICHA DE OBSERVACIÓN          |                                                         |                 |           |                       |          |                                                |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------|-----------|-----------------------|----------|------------------------------------------------|
| Local:                        | Lana Plus                                               | Hora de inicio: | 14:00 pm  | Hora de finalización: | 14:50 pm |                                                |
| Observador:                   | Fernando Latorra                                        | Fecha:          | 19-jun-24 |                       |          |                                                |
| Instrucciones:                | Se evalúa en escala del 1 al 5, siendo 1 Nada y 5 Mucho |                 |           |                       |          |                                                |
| UBICACIÓN                     | 1                                                       | 2               | 3         | 4                     | 5        | OBSERVACIONES                                  |
| 1 Tráfico peatonal            |                                                         |                 | X         |                       |          | Calle principal de buses y carros              |
| 2 Tráfico vehicular           |                                                         |                 |           |                       | X        | Calle principal de buses y carros              |
| 3 Accesibilidad               |                                                         |                 |           | X                     |          | Fácil acceso en sentido sur                    |
| 4 Visibilidad                 |                                                         |                 | X         |                       |          | Hay que estar atento para identificar el local |
| 5 Competencia cercana         | X                                                       |                 |           |                       |          | Inexistencia de otro local de lanas cerca      |
| INTERIOR                      | 1                                                       | 2               | 3         | 4                     | 5        | OBSERVACIONES                                  |
| 6 Espacio y Distribución      |                                                         |                 | X         |                       |          | Poco espacio para la toda la mercadería        |
| 7 Iluminación                 |                                                         |                 |           | X                     |          | Excelente iluminación                          |
| 8 Ventilación y Climatización |                                                         |                 |           |                       | X        | Local fresco y limpio                          |
| 9 Accesibilidad               |                                                         |                 | X         |                       |          | Al estar todo abarrotado es complicado elegir  |
| 10 Acústica                   | X                                                       |                 |           |                       |          | No se percibe el ruido exterior                |
| COMODIDAD                     | 1                                                       | 2               | 3         | 4                     | 5        | OBSERVACIONES                                  |
| 11 Descanso                   |                                                         |                 | X         |                       |          | Pocos lugares para sentarse                    |
| 12 Conectividad               | X                                                       |                 |           |                       |          | No hay WIFI Gratis                             |
| 13 Aromas agradables          |                                                         |                 |           | X                     |          | Aroma limpio y no invasivo                     |
| 14 Accesibilidad              |                                                         |                 | X         |                       |          | Poco espacio para discapacitados               |
| 15 Estacionamiento            |                                                         | X               |           |                       |          | No hay parqueo privado                         |

**Nota:** La figura detalla las observaciones realizadas en el entorno externo e interno del emprendimiento. **Fuente:** Elaboración propia

### 3.6 Lluvia de ideas

Con toda la información recolectada de las entrevistas, se generó ideas, en donde se consideró toda idea sin filtro donde se consideró cada posibilidad desprendida de los actores.

#### 3.6.1 Saturación y agrupa

Finalizada la lluvia de ideas, se agrupó la información obtenida en categorías asignadas, de lo cual se pudieron obtener los siguientes insights.

**Insight 1:** Las empresas deben fortalecer

las relaciones con los proveedores para mitigar problemas financieros. Implementar estrategias de pago flexible y acuerdos de financiamiento puede asegurar la continuidad del negocio y la satisfacción de todas las partes involucradas.

- En Las estrategias y políticas internas, se enfatiza la importancia de mantener buenas relaciones con los proveedores y evitar incurrir en mora.

- En Los problemas actuales, mencionan



dificultades financieras y la necesidad de soluciones de financiamiento.

- En "Qué se Busca en la Actualidad", se destaca la búsqueda de financiamiento como una prioridad.

**Insight 2:** Adoptar tecnologías y estrategias de marketing digital es esencial para atraer y retener a clientes. Utilizar redes sociales para promocionar productos o contenido visual puede aumentar la visibilidad y las ventas.

- En "Comportamiento del Cliente", se observa que muchos clientes de Lunitas plus son ávidos compradores por redes sociales.

- En "Ideas a Explorar", se menciona que muchas ideas de negocios se adquieren mediante redes sociales, y se sugiere utilizar la variedad de productos como una ventaja competitiva.

**Insight 3:** Para maximizar la rentabilidad y mantener la competitividad en un mercado dinámico, las empresas deben implementar una estrategia híbrida que combine soluciones de financiamiento flexibles con una fuerte presencia tanto en tiendas físicas como en plataformas online.

- En "Qué se Busca en la Actualidad", se menciona que los clientes buscan financiamiento y rentabilidad. Ya que muchos de estos, son revendedores.
- En "Ideas a Explorar", se sugiere que la variedad y la proporción de ventas entre

locales y online pueden ser explotadas.

- En "Problemas", se destaca la necesidad de adaptarse rápidamente a las demandas del mercado para no perder terreno.

### 3.6.2 Matriz impacto/dificultad

En este paso se organizó la información según su importancia y nivel de dificultad en cuanto a ejecución. Se consideró que las posibles soluciones inmediatas eran las de baja dificultad y alto impacto, ya que la inversión en recursos y tiempo es poca, entre estas se encuentran: la aplicación de estrategias de marketing en redes sociales priorizando las publicidades pagadas en meta. Otro cuadrante para considerar fue el de alta dificultad y alto impacto, aquí las ideas son mucho más costosas y demandan más tiempo, sin embargo, el efecto que tendrían en caso de ser exitosa su aplicación sería mayor. Entre estas ideas se encontró: la apertura de una nueva sucursal en un área más concurrida y conseguir financiamiento para hacer inversiones de importación.

### 3.7 Población y Muestra

Con los valores considerados, el cálculo de mínimo de encuestados resultó de 385 personas. Debido a la limitación de tiempo establecida para el llenado de la encuesta, se completó el proceso y se lograron recolectar 366 encuestas.

### 3.8 Encuestas

Como resultados en las encuestas, en Perfil de Cliente, podemos deducir que el segmento de clientes principal de Lana Plus son mujeres de entre 18 a 35 años de Guayaquil y de otras provincias de la Costa, que compran hasta 3 veces al mes y realizan sus adquisiciones mayoritariamente en la tienda física siendo virtual casi a la misma proporción. En la sección Preferencias y Tendencias, los productos que más compran son Lanas, Agujas y Ojos de seguridad, principalmente toman en cuenta para realizar sus compras es el precio, la calidad y la variedad. Indican que la tienda en redes sociales es muy importante, en estas buscan principalmente en Instagram, seguido de TikTok y muchas revisan el WhatsApp Business de la tienda. Sin embargo, solo el 30% hacen uso de las redes para gestionar sus compras continuamente.

Siguiendo con el análisis en Canales de Venta y Oportunidades, el 70% de los clientes de Lunitas Plus han realizado sus compras en línea, y de estos el 80% se han sentido satisfecho con la compra. La mayoría indican que la venta en línea de la tienda es muy importante y el 80% recomendaría a sus amigos y familiares. Los principales productos que realizan los clientes son amigurumi, ropa y zapatos para bebés. Los clientes sugirieron que la tienda brinda recomendaciones y asesoría al

momento de estar comprando lanas, ya que al ser principiante necesitan de una guía, a esto se complementa con la venta de patrones, y servicios como cursos y clases. Saltándonos a la sección Satisfacción y Mejoras, hay un 30% de cliente que no se sienten satisfechos por la poca variedad de productos de las tiendas en Guayaquil, las clientas indican que las tiendas deberían mejorar su variedad, disponibilidad, tener precios accesibles y estar en ubicaciones estratégicas. Las promociones que más incentivan son descuentos especiales a productos seleccionados y 2x1. El 90% están de acuerdo que se dicte clases o se proporcione tutoriales en línea.

### 3.9 Prototipado

Una vez analizada la información obtenida, se elaboró el primer borrador de manual en donde se incluyeron estrategias de 4 aspectos con sus respectivas subdivisiones:

#### 1. Estrategia de Marketing

a) Marketing Digital

b) Marketing Tradicional

#### 2. Estrategia de Visibilidad

a) Mejora del local

#### 3. Estrategia de Expansión

a) Análisis y Planificación

b) Ubicación y Logística

c) Estrategias de Apertura

#### 4. Estrategia de importación

a) Proveedores internacionales

b) Logística y Aduanas

c) Gestión de inventario

### 3.9.1 Validación de prototipo

Después de culminar con la fase de prototipado, se inició la fase de validación de las estrategias propuestas, aplicándolas al grupo de actores seleccionado en la fase de mapeo de actores y entrevista, para identificar los elementos clave del prototipo. Con base en la retroalimentación obtenida, se propusieron sugerencias de mejora para la solución ideada. Cada actor hizo comentarios sobre las cuatro categorías, las cuales fueron distribuidas en la matriz de validación.

Las validaciones fueron hechas de manera presencial con el cliente (Lana Plus) y mediante Zoom con los demás actores.

### 3.9.2 Matriz de validación

En el primer cuadrante se describieron los aspectos que agradaron a los actores de las estrategias propuestas, destacando mantener la organización en las redes sociales y tener una delimitación de contenido para cada área. También se consideró como buena idea la capacitación del personal, ya que se consideró importante reflejar la esencia de la tienda. También fue de alta aceptación la idea de consolidar las importaciones ya que se considera la única manera de poder crecer. En el segundo cuadrante, de críticas constructivas, no fue tan bien aceptado

la idea del marketing tradicional, ya que se consideró que los afiches o volantes no son tan vistosos. En las importaciones estar pendiente al tipo de incoterm en la negociación y que la tienda no puede ser más vistosa por temas legales.

En la sección de preguntas, pertenecientes al tercer cuadrante, se destacó dentro de la estrategia de marketing digital cual sería el orden de posteo y a qué hacía referencia el término de contenido de mayor captación, también se quiso saber cómo se puede entrar a ferias o que productos vender y en los y en los talleres cuáles podrían ser las opciones de temática por taller.

En el último cuadrante, de nuevas ideas, se destacó estrategias para ser implementadas en las redes sociales, como más sorteos en Instagram, tener más publicaciones en Facebook, actualizar las redes sociales e indicaciones de cómo llegar a la tienda. Para las importaciones se recomendó buscar lista de proveedores para tener más opciones de compra.

### 3.9.3 Prototipo mejorado

Una vez analizada la información obtenida en la matriz de validación, se elaboró el manual de estrategias mejorado en donde se incluyeron las sugerencias de los actores, y a la vez se eliminó lo que no era útil, distribuido en 4 aspectos con sus respectivas subdivisiones:

### 1. Estrategia de Marketing

- a. Marketing Digital
- b. Marketing Tradicional
- c. Comunicación y fidelización

### 2. Estrategia de Visibilidad

- a. Mejora del local

### 3. Estrategia de Expansión

- a. Análisis y Planificación
- b. Estrategias de Apertura

### 4. Estrategia de importación

- a. Proveedores Internacionales
- b. Registro y Habilitación del Importador
- c. Clasificación Arancelaria
- d. Documentación de Importación
- e. Permisos y Certificaciones
- f. Pago de Impuestos y Tributos
- g. Declaración de Importación
- h. Despacho Aduanero
- i. Contratar un Agente de Aduanas
- j. Normas Comerciales y Restricciones
- k. Sistemas de Preferencias Arancelarias

### 4. Conclusiones

Una vez culminado el proceso de recolección, levantamiento y análisis de información, se puede concluir para cada objetivo propuesto lo siguiente:

1. En el mercado actual de lanas en Guayaquil, existe variedad, pero no lo suficiente como desearían los clientes, la investigación arroja que una mayor diversidad en productos incrementaría su interés e inclinación a realizar una compra en la tienda. Se valora la comodidad y facilidad de acceso que se tenga a la tienda, sea física o virtualmente. Las tendencias del cliente

toman una fuerte inclinación a las redes sociales, donde el consumidor valora la interacción, cercanía e información por parte de la tienda, desean mantenerse informados, por lo que se debe priorizar un buen manejo de estas.

2. Para los clientes es importante recibir un servicio completo, donde no se solo se brinde el producto, sino que también se proporcione la asesoría o los medios, para en este caso, aprender o mejorar las habilidades de tejido. El cliente expresa su deseo de talleres presenciales o la venta de patrones en donde puedan aprender más. La inversión en una mejora de las redes sociales permitirá una mayor captación de clientes y fungirá como canales de venta, en adición al tradicional físico o por WhatsApp Business.

3. La gestión que se tiene de los recursos, tanto financieros como administrativos, es adecuada, sin embargo, se puede incurrir más en la inversión. Los clientes consideran que la tienda ofrece variedad y calidad, sin embargo, los precios, que, aunque sean económicos, no logran ser competitivos con la competencia; debido a que mucha de esta son de los importadores que venden al público. Partiendo de esta idea, se necesita invertir para convertirse en importador, logrando bajar los precios de los productos.

## 5. Referencias

- Alfonzo Villegas, N., y Hidalgo Espinoza, J. (1 de febrero de 2024). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL DESEMPEÑO FINANCIERO DE LAS INSTITUCIONES BANCARIAS.
- PostdoctUBA, 5(2). PostdoctUBA. <https://revistasuba.com/index.php/POSTDOCTUBA/article/view/667/429>
- Altamirano, L. G., Trujillo, K. A., y Salazar, J. L. (2020). Emprendimiento e Innovación en Ecuador. Investigación Académica, 1(2), 15-26. <https://investigacionacademica.com/index.php/revista/article/view/21>
- Barbosa Quintero, G., & Estupiñán Ortiz, B. (2023). La metodología activa Design Thinking para mejorar y transformar los procesos de enseñanza y aprendizaje. Ibero-American Journal of Education & Society Research: <https://edsociety.iberojournals.com/index.php/IBEROEDS/article/view/600>
- Bú Alba, B. (14 de Diciembre de 2021). Diseño organizacional: La búsqueda del éxito. Sociedad & Tecnología, V(57-72), 1. <https://doi.org/10.51247/st.v5i1.189>
- Ecuavisa. (30 de Julio de 2023). Economía. Ventas en línea: el 75% de los emprendimientos fracasa antes de su tercer año en el mercado, p. 1. <https://www.ecuavisa.com/noticias/economia/ventas-en-linea-el-75-de-los-emprendimientos-fracasa-antes-de-su-tercer-ano-en-el-mercado- A15648570>
- Euromonitor International. (16 de Noviembre de 2023). Euromonitor International. <https://www.euromonitor.com/press/press-releases/nov-2023/euromonitor-international-revela-las-tendencias-globales-de-consumo-en-2024>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (19 de Febrero de 2024). Ecuador en cifras. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/ecuador-tendra-mas-adultos-mayores-menos-ninos-y-adolescentes-en-2050/#:~:text=As%C3%AD%20el%20Instituto%20estima%20que,y%2021.1%20millones%20en%202050.>
- López, O., Beltrán, C., Morales, R., y Caveró, O. (2018). ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL POR MEDIO DE REDES SOCIALES EN EL CONTEXTO DE LAS PYMES DEL ECUADOR. CienciAmérica:
- Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6553438>
- Machuca Contreras, F., Canova Barrios, C., y Castro, M. F. (13 de Enero de 2023). Una aproximación a los conceptos de innovación radical, incremental y disruptiva en las organizaciones. Región
- Científica, 2(1). Ciencia S.A.S. <https://doi.org/10.58763/rc202324>
- Mera Plaza, C., Cedeño Palacios, C., Mendoza Fernandez, V., & Moreira Choez, J. (2022). El marketing digital y las redes sociales para el posicionamiento de las PYMES y el emprendimiento
- empresarial. <https://doi.org/DOI:10.48082/espacios-a22v43n03p03>
- Naranjo Armijo, F., y Barcia Zambrano, I. (31 de Marzo de 2021). Efecto económico de la innovación en las PYMES del Ecuador. Journal of Economic and Social Science Research, 1(1), 61-73. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v1/n1/21>
- Nazareno Véliz, I. (14 de 01 de 2020). Estudio de las estructuras organizacionales y su contribución
- a la sostenibilidad de las PYMES en Esmeraldas, V, 433-435. Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador: FIPCAEC. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i16.181>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Generación de modelo de negocio. Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores. Deusto. <https://webaplicacion.apn.gob.pe/proyecto/wp-content/uploads/2021/05/Generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>
- Porter, M. (1982). Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. Continental.
- Real Pérez, I., Leyva Carreras, A., & Heredia Bustamante, J. (2018). Uso e impacto de las redes sociales en las estrategias de marketing de las PyME's. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.v0i19.47>



## INCIDENCIA DEL CONFLICTO RUSIA- UCRANIA DENTRO DEL MERCADO DE ACEITES COMESTIBLES EN EL ECUADOR

### IMPACT OF THE RUSSIA-UKRAINE CONFLICT ON THE ECUADORIAN EDIBLE OIL MARKET

*María Eugenia Jiménez Cercado, Ronald Antonio Ríos Castaño, Verónica Silva Ortega, Pedro Huacón Cruz*  
*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

En el año 2022, dentro de los primeros 3 meses, estalla el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania. Esto se debe a que el grande asiático necesitaba un punto de territorio estratégico para su desempeño comercial según menciona Kryvetska (2022). Uno de los inconvenientes generados fue que a partir del inicio de este conflicto, la disrupción en las exportaciones de aceite de girasol de Ucrania y las sanciones económicas afectaron el suministro internacional ocasionando que la materia prima para la producción del aceite comestible se encarezca y produjera escases del mismo, lo que causó alteraciones en el consumo como por ejemplo: aumento en los precios del aceite comestible en Ecuador, de un precio que iba desde los \$2,31 y llegó a costar más de \$6 como lo indica El Universo (2022). El objetivo del presente artículo es determinar el grado de incidencia del conflicto bélico dentro del mercado de aceites comestibles en el Ecuador. Para ello, se utilizó la metodología mixta de diseño no experimental de tipo descriptivo, en donde se realizó la observación del fenómeno mediante la recopilación documental ejecutando un análisis y revisión bibliográfica. Se concluye, que el efecto del conflicto ha causado un efecto dominó en el comercio ecuatoriano y aún no presenta un punto de estabilización a la actualidad.

**Palabras clave:** Rusia, Ucrania, Aceite Comestible, Conflicto.

#### Abstract

In the year in 2022, within the first 3 months, the war between Russia and Ukraine breaks out. This is due to the fact that the Asian giant needed a strategic point of territory for its commercial performance, according to Kryvetska (2022). One of the inconveniences generated was that from the beginning of this conflict, the disruption in the exports of sunflower oil from Ukraine and the economic sanctions affected the international supply, causing the raw material for the production of edible oil to become more expensive and producing shortages, which caused alterations in consumption, such as an increase in the prices of edible oil in Ecuador, from a price that went from \$2.31 to more than \$6, as indicated by El Universo (2022). The objective of this article is to determine the degree of incidence of the war conflict in the edible oil market in Ecuador. For this purpose, a mixed methodology of non-experimental design of descriptive type was used, where the observation of the phenomenon was carried out by means of documentary compilation, analysis and bibliographic review. It is concluded that the effect of the conflict has caused a domino effect in the Ecuadorian trade and has not yet reached a stabilization point.

**Keywords:** Russia, Ukraine, Edible Oil, Conflict.



## 1. Introducción

El conflicto entre Rusia y Ucrania dentro del mercado de aceites comestibles en el Ecuador es un tema de alto interés ya que se puede analizar como un problema de ámbito geopolítico puede afectar a muchos actores en el ámbito comercial. Dado que, en parte comercial los procesos de logística y ventas dentro del campo empresarial se encuentra interconectado como referencia un negocio necesita de éstos para poder llevarse a cabo (Puerto, 2010).

Tal es el ejemplo de las importaciones y exportaciones que se realizan entre países con la finalidad de satisfacer las necesidades diversas del mercado. En el conflicto bélico de los países Rusia y Ucrania, el cual empezó en el año 2014 ha encaminado un sin números de afectaciones económicas tanto en el comercio nacional e internacional y economía de países a nivel mundial como lo mencionan Giordano y Michalczewsky (2022) estos dos países son los principales proveedores de productos básicos y este conflicto ha causado la obstaculización de los flujos comerciales.

Esto se puede ver reflejado en el alza de la inflación de los países que importan este producto conocido como el oro líquido, como lo indica Barría (2022) la inflación de este producto aumentó considerablemente en varias regiones

como Colombia y México en un 40%, así como en Panamá o Ecuador donde aumento un 20% pero estos porcentajes pueden variar dependiendo de la región, distribuidor y marca de aceite.

Este conflicto se originó cuando el grande asiático necesitaba un punto de territorio estratégico para su desempeño comercial y esto fue el motivo para el grande asiático iniciara este proceso bélico como menciona Kryvetska (2022). Esto tiene un fin específico el cual es ganar el mayor poder obteniendo territorio estratégico para poder facilitar operaciones económicas las cuales generen beneficios económicos para este territorio.

El presente artículo de investigación tiene como propósito determinar la influencia de este conflicto dentro del mercado interno de aceites comestibles en el Ecuador ya que el aceite comestible es un producto indispensable en la preparación de alimentos en la gastronomía ecuatoriana, se encuentra dentro de la canasta básica. Así mismo, esto causa que otros mercados se vean afectados como lo son aquellos que ofertan el servicio de preparación de comidas.

## 2. Metodología

El presente artículo se desarrolló utilizando un diseño no experimental de tipo descriptivo. Según indica Sampieri

(2014) este tipo de diseño tienen como propósito indagar la afectación de un fenómeno en una determinada población. Para esto se realizó revisión documental de artículos de periódicos y páginas oficiales donde se puede observar los datos sobre el mercado de los aceites comestibles en el Ecuador.

Dentro de los datos analizados se toman datos de los países productores de semillas de girasol y de los precios de los aceites en el mercado ecuatoriano.

## 3. Resultados

En los resultados que se obtuvieron en la revisión de información se elaboraron las siguientes.

tablas:

En la tabla 1 y figura 1 se pueden apreciar los 5 primeros países que son productores de semillas e girasol. Dentro de estos los principales son Rusia y Ucrania como principales productores, lo cual muestra que estando en conflicto estos 2 países, el suministro exportación se vería gravemente afectado.

Al ser estos 2 los principales proveedores de esta materia prima y estar en un conflicto los flujos de distribución se ven afectados ocasionando que sus compradores sufran un impacto económico directo.

**Tabla 1. Principales países productores Agronews Castilla y León (2022)**

| PAISES        | MILLONES DE TONELADAS | % DE PRODUCCION MUNDIAL |
|---------------|-----------------------|-------------------------|
| Ucrania       | 17.500.000,00         | 35,27%                  |
| Rusia         | 15.572.000,00         | 31,38%                  |
| Unión Europea | 10.300.000,00         | 20,76%                  |
| Argentina     | 3.350.000,00          | 6,75%                   |
| China         | 2.900.000,00          | 5,84%                   |

En la tabla 2 se pueden observar los 5 primeros países que son compradores de la semilla de girasol. Aquí los dos primeros son Turquía y Bulgaria. Esto demuestra que los principales consumidores de este producto son aquellos países que se encuentran cerca de los principales productores de la materia prima.



**Tabla 2 Elaboración propia en base a OEC (2023) Principales países consumidores**

| PAISES    | MILLONES DE DOLARES |
|-----------|---------------------|
| Turquía   | <b>\$41,3</b>       |
| Bulgaria  | <b>\$3,68</b>       |
| Finlandia | <b>\$3,52</b>       |
| Alemania  | <b>\$2,97</b>       |
| Georgia   | <b>\$2,31</b>       |

En la tabla 3 se puede observar los precios del aceite antes y durante el conflicto Rusia y Ucrania. Según menciona Primicia (2022) que un litro de aceite en los supermercados ecuatorianos se llegó a vender en más de \$ 6,50. Esto hace un gran punto de vista que el efecto de esta guerra se llegó a sentir en la nación ecuatoriana porque este es un elemento básico indispensable en la preparación de las comidas en cultura culinaria ecuatoriana.

Según El Comercio (2022) el alza del precio del aceite representó un gran problema para los comerciantes que usaban este insumo en sus preparaciones diarias en vista de que los comerciantes intentan hacer ahorrar una botella de aceite por lo menos unos 15 días porque no están en las posibilidades de realizar compras seguidas de este producto por el tema de precios. El IPC para el año 2022 del aceite se elevó a un 13,94% lo que representa un inconveniente para los comerciantes.

En la misma publicación realizada por el Diario, exponen un ejemplo de una comerciante que requiere de 50 litros de aceite para realizar las diferentes preparaciones de comidas y con el incremento de precio del aceite incide un gasto de \$12 adicionales al precio normal, en perspectiva de que el sueldo básico de un ecuatoriano para la época del inicio del conflicto era de \$425.00 dólares americanos y este rubro se utiliza para pagar las obligaciones que posee cada individuo siendo el más destacado la alimentación.

El mercado de consumo del aceite comestible en el Ecuador, costaba el aceite a un precio de \$3,07 y al encarecerse el producto rondando un valor de aproximadamente \$6, esto causó un golpe directo al poder adquisitivo de los ecuatorianos ya que este producto es indispensable para la preparación de la mayoría de los productos alimenticios en la gastronomía local.

**Tabla 3 Elaboración propia en base a El Universo (2022) Precios del aceite**

| PRECIO                                                             | Dólares |
|--------------------------------------------------------------------|---------|
| <b>Precio antes del conflicto – aceite de girasol botella 1lt</b>  | \$ 3,07 |
| <b>Precio durante el conflicto - aceite de girasol botella 1lt</b> | \$ 6,00 |

El incremento de los precios en los aceites se debe al encarecimiento de la materia prima necesaria para la producción de los productos. Según indica la publicación del Diario El Universo (2022) los precios de los aceites se elevaron en un 223% encareciendo de

manera desmedida estos productos en sus distintas variedades. En la tabla No 4 sobre tipos de aceites que se muestra a continuación se puede observar las distintas variaciones que tuvieron los distintos tipos de aceites en el mercado.

**Tabla 47 Tipos de aceites - periodo 2021**

| Tipos de aceites | Porcentaje de aumento de precio |
|------------------|---------------------------------|
| <b>GIRASOL</b>   | 200%                            |
| <b>CANOLA</b>    | 176%                            |
| <b>SOYA</b>      | 196%                            |

#### 4. Conclusiones

Se concluye, que el efecto del conflicto ha causado una consecuencia en el comercio ecuatoriano y aún no presenta un punto de estabilización a la actualidad. Ya que se debe tener en cuenta que en un mundo globalizado se podría ver como una cadena, si un eslabón falla, el proceso se estanca y causa muchas afectaciones. En los análisis realizados se puede ver que Rusia y Ucrania son los principales productores de esta materia

prima y al ver el precio que existía antes y durante el conflicto hace ver que cada causa genera su efecto donde más de un involucrado se ve afectado por esta situación.

Al ser el aceite comestible un elemento indispensable para la preparación de alimentos en la gastronomía ecuatoriana y que éste sufra un alza en su precio por la situación que se menciona, la afectación no solo es para los hogares sino también para los mercados que

ofertan el servicio de alimentación tanto como franquicias de comida rápida, pequeños negocios de venta de comida callejera, restaurantes y todos aquellos que oferten servicios de comida. Esto causa un efecto en el cual muchos actores que dependen de este mercado se ven afectados por el conflicto bélico que originó la escasez de la materia prima fundamental para la producción del aceite comestible.

En cuanto a los precios del aceite, se determinó que, durante el conflicto entre Rusia y Ucrania, el precio del aceite de girasol en Ecuador se elevó considerablemente, lo que tuvo un impacto directo en el poder adquisitivo de los ecuatorianos. El aumento de precios afectó a los comerciantes que utilizaban este producto en sus preparaciones diarias y también tuvo un impacto en la inflación del país.

## 5. Referencias

Barría, C. (16 de mayo de 2022). La guerra del aceite: a qué se debe el impactante aumento de su precio en América Latina y el mundo. Obtenido de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-61387963>

El Comercio. (20 de junio de 2022). El precio del aceite vegetal impacta en los negocios de comida rápida y almuerzos. Obtenido de El Comercio : <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/precio-aceite-vegetal-negocios-alimentos.html>

Kryvetska, O. (26 de septiembre de 2022). Agresión de Rusia contra Ucrania: Implicancias en el mercado mundial tras 7 meses de guerra. Obtenido de International Institute for Sustainable Development: <https://www.iisd.org/es/node/16862>

Primicias . (30 de junio de 2022). El consumo de aceites cae cerca de 4% en los hogares ecuatorianos . Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/consumo-aceite-aumento-precios-ecuador/#:~:text=En%20los%20supermercados%20de%20Ecuador,de%20USD%20425%20al%20mes.>

## ESTUDIO ESTADÍSTICO DEL IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE MEJORAS AL PROCESO PRODUCTIVO DE ENLASA-ECUADOR

### STATISTICAL STUDY OF THE IMPACT OF THE APPLICATION OF IMPROVEMENTS TO THE PRODUCTION PROCESS OF ENLASA-ECUADOR

*Daniel Humberto Mosquera Molina, Anthony Xavier Vincés Pilay*  
*Tecnológico Universitario Espíritu Santo*

#### Resumen

Este estudio evaluó el impacto de la implementación de nuevas tecnologías en la precisión del peso de los productos ensacados de 50 kg en la línea de producción de fertilizantes de MAZACANE S.A., en su planta ubicada en el Parque Industrial de Guayaquil. Para lo cual se empleó un diseño experimental para comparar la variabilidad del peso antes y después de la intervención. Mediante un muestreo aleatorio simple y el análisis de distribuciones de probabilidad, la valoración de la capacidad del proceso y el nivel sigma se determinó que la implementación de la nueva tecnología incrementó significativamente la proporción de productos que cumplen con las especificaciones de peso, pasando de un 30.59% a un 86.81%. Además, se evidenció una mejora del nivel sigma del proceso el cual pasó de una valoración inicial de 0.43 a un importante 1.52, considerando que un objetivo estándar sería alcanzar un nivel sigma equivalente a 3 y se observó un aumento en la capacidad de proceso de 0.11 a 0.50, lo que indica una mayor estabilidad y predictibilidad del proceso. Los resultados obtenidos en este estudio, sugieren que la inversión en nuevas tecnologías ha mejorado significativamente sobre una de las más importantes características de calidad del producto, y ha permitido establecer un marco referencial, para identificar objetivos de calidad que deberían alcanzarse en futuros proyectos.

**Palabras clave:** Control estadístico del proceso, distribución normal, área bajo la curva, capacidad real del proceso, nivel sigma.

#### Abstract

This study evaluated the impact of the implementation of new technologies on the weight accuracy of 50 kg bagged products in the fertilizer production line of MAZACANE S.A., at its plant located in the Industrial Park of Guayaquil. An experimental design was used to compare the variability of weight before and after the intervention. By means of simple random sampling and the analysis of probability distributions, the assessment of process capability and the sigma level, it was determined that the implementation of the new technology significantly increased the proportion of products that meet weight specifications, from 30.59% to 86.81%. In addition, there was evidence of an improvement in the sigma level of the process, which went from an initial evaluation of 0.43 to an important 1.52, considering that a standard objective would be to reach a sigma level equivalent to 3, and an increase in the process capacity from 0.11 to 0.50 was observed, which indicates greater stability and predictability of the process. The results obtained in this study suggest that the investment in new technologies has significantly improved one of the most important quality characteristics of the product, and has allowed establishing a frame of reference to identify quality objectives that should be achieved in future projects.

**Key words:** Statistical process control, normal distribution, area under the curve, real process capability, sigma level.

## Introducción

El presente estudio tiene como objetivo evaluar mediante herramientas de control estadístico del proceso, el impacto de la precisión en el peso de los productos ante la implementación de nuevas tecnologías al proceso de ensacado de fertilizantes de la empresa MAZACANE S.A (ENLASA-ECUADOR), una empresa líder en la comercialización de fertilizantes en Ecuador. El proceso de ensacado es fundamental para garantizar la satisfacción del cliente y la reputación de la empresa, ya que la exactitud en el peso del producto es una característica de calidad altamente valorada. Los resultados de esta investigación permitirán identificar el impacto de las mejoras al proceso sobre una de las principales características de calidad que el cliente más valora, dado que la exactitud de la cantidad del producto comprado, genera confiabilidad y fortalece la fidelidad de los clientes.

La compañía MAZACANE S.A fue fundada en 2008, y es parte esencial de la operación global del GRUPO EMPRESARIAL ENLASA, el cual tiene su matriz en Guatemala. ENLASA Ecuador, se dedica a la importación de fertilizantes, para su posterior preparación y adaptación para las diferentes necesidades agrícolas, realizando directamente el proceso de empaque de los diferentes productos

y presentaciones, hasta llegar a la comercialización y distribución de sus productos a nivel nacional. Al ser una empresa nacional su actividad comercial genera impacto social y económico, dado que es una generadora de empleo, y es una empresa que potencia el crecimiento del sector agrícola en el país.

Por lo que la aplicación de herramientas de calidad en sus procesos internos, generará beneficios que se verán reflejados en la calidad del producto, y la reducción de los costos operativos, mejorando la competitividad de la empresa y garantizando su continuidad en un mercado tan competitivo.

La apertura de la planta ENLASA Ecuador, representa un importante beneficio al país, dado que la misma conlleva la captación de capitales extranjeros a la economía ecuatoriana.

Acorde a datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, la compañía está conformada por una inversión extranjera de 800.000 USD, esta empresa forma parte de las 770 empresas que en el país se dedican a la actividad de venta y comercialización de abonos y productos químicos de uso agrícola, (Superintendencia de Compañías, 2024), las cuales de forma directa brindan soporte a la actividad agrícola la cual acorde a datos del Banco Central del Ecuador en el año 2023,

representó entre productos agrícolas y elaboradas un total de 5'224.244 USD; equivalente al 23% de las exportaciones no petroleras (BCE, 2024).

Considerando los aspectos previamente mencionados, en los que se resalta la relevancia del sector agrícola para la producción ecuatoriana, y por consiguiente el impacto económico y social que la empresa genera, se plantea como problema principal de esta investigación determinar el impacto que tendría la aplicación de herramientas de calidad en el proceso productivo de la empresas, para generar mejoras que se vean reflejadas en la calidad del producto, los tiempos de su proceso, y la reducción de costos de la operación de la empresa, garantizando así la eficiencia y productividad empresarial.

## Metodología

La investigación propuesta en este artículo, se fundamenta en la relación que tiene la implementación de un sistema de control estadístico de procesos sobre la eficiencia, eficacia y efectividad, de una organización, permitiéndole a la misma alcanzar niveles de productividad y por consiguiente competitividad que le permitan generar beneficios económicos a las partes interesadas del negocio, para lo cual es importante determinar los fundamentos teóricos citados. Tal como mencionan Fontalvo et al. (2017) "la productividad está orientada a la forma

en que se transforman los factores de producción de los bienes y servicios, pretende alcanzar la satisfacción total de los consumidores buscando altos estándares de productividad" (págs. 47-60).

El concepto de productividad está complementado por dos indicadores fundamentales los cuales son la eficiencia, la cual mide la relación de los recursos utilizados versus los productos generados, así como la eficacia, que por otro lado mide los resultados alcanzados cuando se cumplen los objetivos o requisitos de calidad (Gutiérrez, 2009, pág. 110).

De los cuales la eficiencia acorde a la Real Academia de la Lengua es "La capacidad de lograr los resultados deseados con el mínimo posible de recursos" (Real Academia de la Lengua Española, 2024); mientras que respecto a la eficacia, Bouza (2000) señala que:

La eficacia es la relación objetivos/ resultados bajo condiciones ideales. Estos resultados son los que se obtienen bajo condiciones que pueden considerarse ideales. El concepto de eficacia abordado con este tipo de enfoque económico quiere decir que el propósito a que se aspira puede lograrse bajo las condiciones que favorezcan al máximo su consecución. (pág. 53) Con la finalidad de poder comprobar la relación que tiene la aplicación

de herramientas de la calidad sobre la productividad, eficiencia, eficacia y efectividad, el estudio plantea la implementación de herramientas de control estadístico de procesos, el cual constituye una herramienta esencial para el seguimiento de un proceso, que conlleva a su control, reducción de la variabilidad y por consiguiente a mejorar la calidad del producto, (Cuatrecasas, 2010, pág. 251).

Según los autores Evans y Lindsay “El control estadístico de procesos (CEP) es una metodología con la que es posible dar seguimiento a un proceso a fin de identificar las causas especiales de variación y señalar la necesidad de emprender una acción correctiva. Por tanto, el CEP constituye un método por medio del cual una empresa puede demostrar su capacidad de calidad, una actividad necesaria para sobrevivir en los mercados tan competitivos de la actualidad” (Evans & Lindsay, 2014, págs. 403-404). Por consiguiente, al implementar el control estadístico del proceso de ensacado de MAZACANE S.A., se espera reducir la variabilidad en el peso de los productos, lo que se traducirá en una mejora en la precisión y una disminución de los rechazos.

### Materiales y Métodos

La compañía MAZACANE S.A cuenta con una planta ubicada en el Parque Industrial de Guayaquil, la cual se encarga de la preparación de los fertilizantes,

proceso que abarca desde la recepción de los diferentes componentes tales como el nitrógeno, fósforo, potasio, silicio, magnesio, hierro, zing, boro, entre otros, los cuales se utilizan para la elaboración de los diversos productos, hasta el ensacado y distribución de dichos productos.

Para el estudio, se ha tomado como referencia, la línea de producción de fertilizantes ensacados en presentación de 50 kg, los cuales de forma general se caracterizan por ser productos formulados para cubrir de manera inmediata los requerimientos de nitrógeno, potasio y microelementos, además, contiene Silicato de magnesio, que aporta 10.00% de Silicio (SiO<sub>2</sub>) y 9.00% de Magnesio (MgO), que permiten un efecto concentrado y directo al crecimiento, desarrollo, formación de flores y frutos de calidad (ENLASA, 2024). El proceso productivo para la producción de fertilizantes ensacados en presentación de 50 kg, consta de la secuencia de pasos que se detallan a continuación:

▪ **Paso 1** - Cálculo de la Fórmula: La calidad del producto se basa en su formulación, la cual determina la cantidad exacta de cada componente (nitrógeno, potasio, silicio, magnesio y microelementos) necesaria para cumplir con las especificaciones del producto requerido para cada tipo de cultivo.

▪ **Paso 2** – Recepción: Considerando que la planta importa los principales componentes desde su matriz en Centro América, los insumos que se procesan ya previamente han pasado por la respectiva molienda, tamizado y disolución, por lo que el proceso productivo inicia en la tolva de recepción, en la cual se recibe los diferentes componentes requeridos para la elaboración de cada determinado fertilizante. El total del material es procesado en la línea, en lotes de 5 toneladas.

▪ **Paso 3** – Mezclado: El material es trasladado desde la tolva por una banda inclinada hasta el mezclador vertical con helicoidal central, el cual es un equipo industrial diseñado para mezclar de manera eficiente una amplia variedad de materiales, tanto secos como húmedos. Su nombre se debe a su estructura vertical y al elemento principal de mezclado: una hélice o espiral central que rota dentro de una cámara cilíndrica, el material es procesado en el mezclador por un tiempo de 5 a 6 minutos.

▪ **Paso 4** - Envasado: La mezcla homogénea, cae por gravedad del mezclador, y es transportada por una banda inclinada, a la tolva de ensaque. En la cual el producto es ensacado y cocido en sacos de 50 kilogramos. Los sacos pasan a una banda transportadora, la cual los direcciona a la zona de embarque a camión o de almacenamiento, acorde al plan logístico establecido.

Y es justamente sobre este proceso descrito en el que se centra la investigación, dado que la característica de calidad en la que se enfocará el estudio será el peso de los fertilizantes ensacados en presentación de 50 kg.

A continuación, se describe las características del equipo utilizado en la planta de producción de ENLASA, la cual cuenta con un sistema de pesado automático y ensaque semiautomático, El sistema consta principalmente de dos elementos:

#### a) El dispositivo pesador, compuesto de varios elementos, que son:

El cubo metálico (acoplado a la tolva del producto a pesar), los elementos electroneumáticos, las celdas de carga y, el set electrónico, con su panel y display independientemente; así como otros elementos, tales como, cables, mangueras, válvulas y herrajes.

b) **El dispositivo ensacador**, compuesto de varios elementos diseñados y probados para trabajar con los productos antes descritos, estos elementos son: El cono metálico, las mordazas para sujeción del saco, los elementos y herrajes neumáticos, la botonera de accionamiento y paro de emergencia.

Siendo el objetivo de la línea de producción el ensacado de los fertilizantes en presentación de 50 kg, para fines del estudio propuesto



respecto al cumplimiento de la característica de calidad "Peso del producto", se consideró como población referencial la producción total generada el año 2023 de los fertilizantes ensacados en presentación de 50 kg, del cual se registró una producción total de 195.770, en base a los cuales se procedió a determinar una muestra para el estudio, la cual se estableció considerando un nivel de confianza del 94% y un error muestral del 5%.

#### Cálculo de la muestra:

$$\text{Muestra } (n) = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{[e^2 \cdot (N - 1)] + k^2 \cdot p \cdot q}$$

Población (N) = 195.770  
 Nivel de confianza (k) = 1.9 (equivalente a 94%)  
 Error muestral (e) 5%  
 Probabilidad que posea (p) = 50%  
 Probabilidad que no posea (p) = 50%  
 Muestra (n) = 360

Considerando que el estudio se va a centrar en la característica de calidad "Peso del producto", se desarrolló una investigación cuantitativa, experimental y descriptiva, basada en información primaria, obtenida a través de una hoja de recolección de información en la cual se registra el lote y el peso de cada saco, siendo el objeto de estudio la variabilidad del peso que genera la máquina envasadora (Cruz del Castillo, Olivares Orozco, & González García, 2014).

Para recopilar la información se empleó una hoja de registro electrónico diseñada

exclusivamente para este estudio. Esta herramienta digital permite recopilar datos de manera eficiente y precisa, garantizando la integridad de la información recolectada en relación con el peso real de los sacos.

#### Resultados

Al analizar la muestra obtenida del peso de los 360 sacos producidos, los cuales fueron seleccionados de forma aleatoria de diferentes lotes de producción por un período de 5 días, se obtuvieron los siguientes resultados:

- **Peso promedio de sacos: 50.09 kg.**
- **Desviación estándar: 0.23 kg.**

Adicionalmente a estos valores, la empresa ha determinado para garantizar la satisfacción del cliente, como límites de tolerancia de la variable peso del saco, los siguientes valores:

- **Límite de tolerancia inferior: 49.9 kg.**
- **Límite de tolerancia superior: 50.1 kg.**

En base a esta información se procedió a realizar un estudio estadístico basado en el análisis del comportamiento de la distribución normal, la probabilidad de ocurrencia basado en la distribución normal estandarizada (Wathen, 2008), así como el estudio de la capacidad del proceso y el nivel sigma de calidad del proceso (Cuatrecasas, 2010), para lo cual se aplicaron las siguientes fórmulas:

#### Fórmula: Distribución Normal

$$f(X) = \frac{1}{\sigma \sqrt{2\pi}} e^{-\frac{1}{2} \left( \frac{X - \mu}{\sigma} \right)^2}$$

#### Fórmula: Distribución Normal Estandarizada

$$f(x) = \frac{1 e^{-\frac{1}{2} \left( \frac{x - \mu}{\sigma} \right)^2}}{\sqrt{2\pi} \sigma}$$

#### Fórmula: Valor Normal Estándar (Área bajo la curva)

$$Z = \frac{X - \mu}{\sigma}$$

#### En donde:

e = constante matemática con valor aproximado de 2,7182818284  
 π = constante matemática con valor aproximado de 3,141592  
 μ = media de la población  
 σ = desviación estándar de la población

#### Fórmula: Capacidad Potencial del Proceso

$$Cp = \frac{LTS - LTI}{6 \cdot s}$$

$$Cp_k = Cp \left( 1 - \frac{|\bar{X} - VCO|}{(LTS - LTI)/2} \right)$$

#### Fórmula Nivel Sigma:

$$NS = \frac{LTS - LTI}{2s}$$

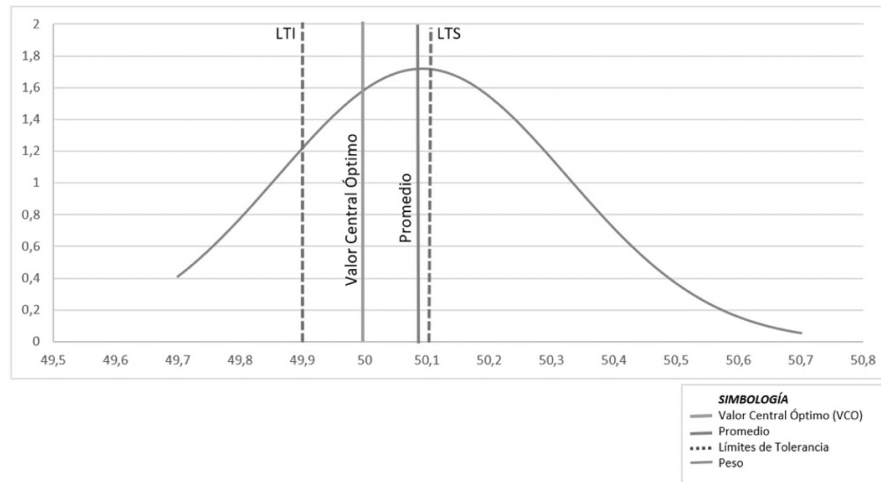
### En donde:

Z = es el producto de una transformación o cambio de variable de la variable x  
s = desviación estándar  
VCO = Valor central óptimo  
LTS = Límite de tolerancia superior  
LTI = Límite de tolerancia inferior

En función de la información recopilada se procedió analizar el comportamiento de la muestra en relación a los límites de tolerancia, en la figura 1 se puede

apreciar el análisis basado en la curva de la distribución normal en función de los límites de tolerancia del proceso.

**Figura 1. Distribución Normal de la muestra de pesos de sacos de 50 kg (Situación inicial)**



Aplicando un estudio basado en la distribución normal estandarizada, se procedió a calcular la probabilidad de que un saco de fertilizante se encuentre fuera de los límites de tolerancia para

lo cual se aplicó la fórmula valor normal estándar, con la cual se procederá a calcular la probabilidad en base a la Tabla del área bajo la curva Z.

### Fórmula Valor Normal Estándar (Área bajo la curva):

$$Z = \frac{X - \mu}{\sigma}$$

Donde, se considera valor "X" a los respectivos límites de tolerancia:

$$Z = \frac{LTI - \mu}{\sigma}$$

$$Z = \frac{49,9 - 50,09}{0,23}$$

$$Z = -0,82$$

$$Z = \frac{LTS - \mu}{\sigma}$$

$$Z = \frac{50,1 - 50,09}{0,23}$$

$$Z = 0,03$$

Al calcular los valores Z y consultar la tabla Z, se determina que la probabilidad de obtener un saco con un peso inferior al límite de tolerancia establecido es del 20,61%, mientras que la probabilidad de obtener un saco con un peso superior

al límite de tolerancia es del 48,80%; esto significa que, en total, solo el 30,59% de los sacos producidos tienen la probabilidad de cumplir con los estándares de calidad establecidos por los límites de tolerancia.

### Nivel Sigma del Proceso:

$$NS = \frac{LTS - LTI}{2s}$$

$$NS = \frac{50,1 - 49,9}{2 \times 0,23} = 0,4347$$

### Capacidad potencial del proceso:

$$Cp = \frac{LTS - LTI}{6 \cdot s}$$

$$Cp = \frac{50,1 - 49,9}{6 \times 0,23} = \frac{0,2}{1,38} = 0,1449$$

### Capacidad real del proceso:

$$Cpk = Cp \left( 1 - \frac{|\bar{X} - VCO|}{(LTS - LTI)/2} \right)$$

$$Cpk = 0,1449 \times \left[ 1 - \frac{50,09 - 50}{(50,1 - 49,9)/2} \right] = 0,1123$$

Al calcular la capacidad real del proceso, se evidencia que actualmente el proceso tiene un 0.1123 de capacidad real de generar un producto que cumpla con los límites de tolerancia establecidos por la empresa.

Implementación de mejoras al proceso  
Considerando los resultados obtenidos del estudio, se identificó la oportunidad de mejora en la etapa del proceso de envasado, en el cual se empaican los fertilizantes ensacados en presentación de 50 kg, para lo cual se procede a realizar una mejora mediante la adquisición de una ensacadora equipada con un sistema de pesado previo dual; esta innovadora tecnología permite pesar con mayor exactitud los 50 kg de producto antes de ser vaciado en el saco.

El procedimiento implica el llenado previo del producto en dos contenedores, al colocar el saco en la boquilla de llenado, se abre la compuerta de descarga del primer contenedor para verter su contenido en el saco; una vez vaciado, se cierra la compuerta de descarga y se procede a llenar el contenedor nuevamente, mientras el primer contenedor se llena, otro saco es colocado para vaciar el segundo contenedor, que también tiene producto previamente pesado. Este ciclo se repite de manera continua, garantizando una mayor precisión en el peso final, reduciendo los errores de llenado que

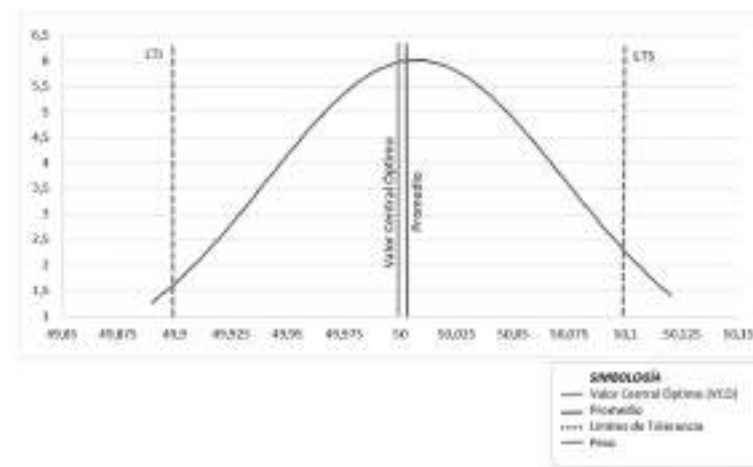
exceden los límites establecidos, así como el aumento de la cantidad de sacos que se pueden llenar por minuto. Posterior a la implementación de la nueva tecnología, se procedió a repetir el ejercicio de valoración de una muestra, siguiendo los mismos criterios definidos para la evaluación de la primera muestra, y utilizando la misma herramienta de recolección de datos, logrando así analizar una muestra de 360 sacos producidos, los cuales fueron seleccionados de forma aleatoria de diferentes lotes de producción por un período de 5 días, a continuación, se presentan los resultados obtenidos:

- **Peso promedio de sacos: 50.007 kg. (Posterior a la implementación de la mejora)**
- **Desviación estándar: 0.066 kg. (Posterior a la implementación de la mejora)**

Considerando que los límites de tolerancia no han sido modificados, se procede a realizar nuevamente el estudio estadístico del proceso posterior a la implementación de la mejora:

En función de la información recopilada se procedió a realizar el estudio mediante la aplicación de las herramientas de control estadístico, siendo los resultados los que se detallan en la figura 2.

**Figura 2. Distribución Normal de la muestra de pesos de sacos de 50 kg (Posterior a la mejora).**



Una vez realizada la mejora se vuelve a ejecutar el basado en la distribución normal estandarizada, para poder comparar el impacto del ajuste sobre

la probabilidad de que un saco de fertilizante se encuentre fuera de los límites de tolerancia para lo cual se aplicó la fórmula valor normal estándar.

**Fórmula Valor Normal Estándar (Área bajo la curva):**

$$Z = \frac{X - \mu}{\sigma}$$

Donde, se considera valor "X" a los respectivos límites de tolerancia:

$$Z = \frac{LTI - \mu}{\sigma} = \frac{49.9 - 50.007}{0.066} = -1.612$$

$$Z = \frac{LTS - \mu}{\sigma} = \frac{50.1 - 50.007}{0.066} = 1.41$$

Al calcular los valores Z y consultar la tabla Z, se determina que la probabilidad de obtener un saco con un peso inferior al límite de tolerancia establecido es del 5,26%, mientras que la probabilidad de obtener un saco con un peso superior al límite de tolerancia es del 7,93%; esto significa que, la mejora permite estimar que del total de la producción el 86,81% de los sacos producidos cumplirán con los estándares de calidad establecidos por los límites de tolerancia.

#### Nivel Sigma del Proceso:

$$NS = \frac{LTS - LTI}{2s}$$

$$NS = \frac{50.1 - 49.9}{2 \times 0.066} = 1.52$$

#### Capacidad potencial del proceso:

$$Cp = \frac{LTS - LTI}{6 \cdot s}$$

$$Cp = \frac{50.1 - 49.9}{6 \times 0.066} = \frac{0.2}{0.396} = 0.51$$

#### Capacidad real del proceso:

$$Cpk = Cp \left( 1 - \frac{|\bar{X} - VCL|}{(LTS - LTI)/2} \right)$$

$$Cpk = 0.51 \times \left[ 1 - \frac{|49.807 - 50|}{(50.1 - 49.9)/2} \right] = 0.4962$$

Al calcular la capacidad real del proceso, se evidencia que la mejor permite al proceso subir su capacidad de generar un producto que cumpla con los límites de tolerancia establecidos por la empresa, dado que pasó de un 11.23% inicial a un 49.62% actual.

#### Discusión

La aplicación de herramientas estadísticas de calidad para el estudio del proceso productivo de la compañía ENLASA permite demostrar claramente el impacto que genera la mejora de una etapa del proceso respecto a las características de calidad del producto, específicamente a la confiabilidad del

peso de los sacos de 50 kg, teniendo de respaldo las siguientes evidencias:

- **Aumento del 30.59% al 86.81%** de la probabilidad de generar productos dentro de los límites de tolerancia del proceso.
- **Mejora de la capacidad real del proceso de un 0.11 a un 0.50**, siendo el objetivo alcanzar una capacidad real equivalente a 1.
- **Incremento del nivel sigma del proceso de un 0.435 a un 1.52.**

El primer indicador hace referencia al estudio de la probabilidad de

ocurrencia basado en la distribución normal estandarizada de la planta. En la cual podemos apreciar que la mejora aplicada mediante la implementación de tecnología de punta “una ensacadora equipada con un sistema de pesado previo dual”, permite a la empresa garantizar que el 86.81% de sus productos se encuentran dentro de los límites de tolerancia del producto.

Por otra parte, el aumento del primer indicador es coherente con el aumento de la capacidad real del proceso, medida que nos indica qué tan capaz es un proceso de producir un producto que cumpla con las especificaciones establecidas.

En otras palabras, es una forma de evaluar si un proceso es capaz de hacer lo que se espera de él, de manera consistente y confiable, lo que para el caso de estudio se refleja en un aumento del 0.11 al 0.50, teniendo como meta alcanzar un valor objetivo de 1, que equivaldría a garantizar que el proceso tiene la capacidad de lograr que el 100% de los productos se encuentran dentro de los límites de tolerancia del mercado.

Finalmente, al analizar el nivel sigma del proceso podemos ratificar que la implementación de la nueva tecnología ha permitido alcanzar un nuevo nivel de calidad, dado que el nivel sigma se ha incrementado de un 0.435 a un 1.52, el indicador nivel sigma es el valor que

ajusta exactamente el intervalo de tolerancias de la distribución normal estandarizada, y es en ese sentido que el objetivo a lograr del indicador sería alcanzar un nivel sigma 3, lo que equivaldría a garantizar que el 99.7% de la producción se encuentra dentro de los niveles de tolerancia.

Aunque la mejora implementada, evidencia una mejora sustancial al proceso, la misma no debe ser considerada como el punto final del proceso de mejora, dado que, basado en los estudios realizados, los indicadores estadísticos nos demuestran que todavía existe una brecha por cubrir para lograr alcanzar un nivel óptimo de calidad.

#### Conclusiones

El ejercicio independiente de realizar mediciones de indicadores de calidad, podría ser un espejismo si el mismo no se realiza en función de una metodología de mejora continua, en la que previamente se establezca con claridad los objetivos estratégicos que se desea alcanzar en una organización.

Lograr una alineación de los procesos de una organización, con los estándares de calidad, medidos a través de los límites de tolerancia del producto, permite entender el comportamiento del proceso en función de uno de los criterios identificados como característica de calidad para el cliente, como lo es el peso

exacto de fertilizantes ensacados en presentación de 50 kg. Y a su vez es un paso fundamental para establecer una ruta de trabajo, que debe ser afianzada a través de una metodología y sobre todo la cultura de calidad de la organización.

El estudio realizado permite comprender que siempre existe la oportunidad de mejorar en una organización, y que en algunas ocasiones los costos que se entienden como parte de la operación, tales como el costo de supervisión de peso, y corrección de los sacos de fertilizante que incumplen con los parámetros de calidad, realmente son costos de la no calidad, dado que al aplicar proyectos de mejora como los expuestos en este estudio, la empresa podrá transformar esos costos que actualmente ve como natural en un ahorro operativo, siendo este beneficio el principal incentivo para continuar implementando proyectos de mejora continua.

Es relevante resaltar que una limitación es no contar con un registro adecuado de los costos asociados a la no calidad, lo que impide efectuar una valoración clara de los beneficios económicos obtenidos mediante proyecto, y es justamente esta limitante la que nos permite establecer nuevos retos, siendo fundamental complementar el presente estudio con estudios posteriores comparativos, que permitan evidenciar los impactos económicos reales obtenidos por un proyecto de mejora continua.

## Referencias

- BCE . (Julio de 2024). Información estadística Mensual No 2063 - Enero 2024. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/>: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/IEMensual/Indic es/m2063012024.html>
- Bouza, A. (2000). Reflexiones acerca del uso de los conceptos de eficiencia, eficacia y efectividad en el sector salud. *Revista Cubana de Salud Pública*, 26(1), 50-56. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21400107>
- Cruz del Castillo, C., Olivares Orozco, S., & González García, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Patria.
- Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión Integral de la Calidad*. Barcelona: Profit.
- ENLASA. (2024). GRUPO ENLASA. Obtenido de Portal compañía ENLASA: <https://grupoenlasa.com/producto/multisuelo-cosechador/>
- Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2014). *Administración y Control de la Calidad*. México: CENGAGE Learning.
- Fontalvo, Tomás; De La Hoz, Efraín & Morelos, José. (Junio de 2017). La productividad y sus factores: incidencia en el mejoramiento organizacional. *Dimensión Empresarial*, 16(1), 47-60. doi:<https://doi.org/10.15665/dem.v16i1.1897>
- Gutiérrez, H. (2009). Los Retos Actuales de la Mejora de la Calidad y la Productividad en las Organizaciones. *Ingeniería Industrial - Actualidad y Nuevas Tendencias*, 1(1), 110. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215016873011>
- Real Academia de la Lengua Española. (06 de 08 de 2024). RAE. Obtenido de <https://dle.rae.es>: <https://dle.rae.es/eficiencia>
- Superintendencia de Compañías, V. y. (Julio de 2024). Directorio de Compañías del Ecuador. Obtenido de Portal electrónico de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: <https://mercadodevalores.supercias.gob.ec/reportes/companiasExtranjeras.jsf>
- Wathen, L. M. (2008). *Estadística Aplicada a los Negocios y la Economía*. México: McGraw-Hill.



## EVALUACIÓN DE LA EFICACIA DEL MODELO DE INTERNACIONALIZACIÓN UPPSALA EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL: UN ESTUDIO DE VALIDACIÓN DE CASOS PRÁCTICOS

### EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE UPPSALA INTERNATIONALIZATION MODEL IN SMES IN THE CITY OF GUAYAQUIL: A PRACTICAL CASE VALIDATION STUDY

**Néstor Leonardo Plaza Rodas, Mayra Elizabeth Moreno Espinoza**

*Tecnológico Universitario Espíritu Santo*

#### Resumen

Este estudio tiene como objetivo evaluar la eficacia del modelo de internacionalización Uppsala aplicado a las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de la ciudad de Guayaquil, Ecuador. A través de un enfoque mixto y un análisis exhaustivo de casos prácticos, se busca validar la implementación del modelo Uppsala en empresas seleccionadas, midiendo su impacto en la expansión hacia mercados internacionales. El modelo Uppsala, que plantea una expansión progresiva en mercados internacionales, es uno de los marcos más utilizados por las Pymes que buscan internacionalizarse de manera incremental y mitigando los riesgos asociados. Los hallazgos del estudio sugieren que, aunque el modelo ha sido efectivo para mejorar el acceso a nuevos mercados, las Pymes enfrentan desafíos significativos relacionados con el financiamiento, la gestión administrativa y la adaptación a las barreras culturales y lingüísticas. Además, se exploran las implicaciones de políticas públicas y la colaboración entre el sector privado y público para facilitar una internacionalización más fluida de las empresas ecuatorianas.

**Palabras clave:** Internacionalización, Modelo Uppsala, Pymes, Guayaquil, casos prácticos.

#### Abstract

This study aims to evaluate the effectiveness of the Uppsala internationalization model applied to small and medium-sized enterprises (SMEs) in the city of Guayaquil, Ecuador. Through a mixed-method approach and an in-depth analysis of practical case studies, the study seeks to validate the implementation of the Uppsala model in selected companies, measuring its impact on expansion into international markets. The Uppsala model, which posits a gradual international expansion, is one of the most widely used frameworks by SMEs aiming to internationalize incrementally and mitigate associated risks. The findings of the study suggest that while the model has been effective in improving market access, SMEs face significant challenges related to financing, administrative management, and adaptation to cultural and linguistic barriers. Furthermore, the study explores the implications of public policy and collaboration between the private and public sectors to facilitate smoother internationalization for Ecuadorian companies.

**Keywords:** Internationalization, Uppsala Model, SMEs, Guayaquil, case studies.

## 26. Introducción

En un mundo cada vez más globalizado, la internacionalización empresarial ha pasado de ser una opción estratégica para convertirse en una necesidad para las empresas que buscan mantenerse competitivas y expandir sus mercados. Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) representan una parte sustancial del tejido empresarial en muchos países, incluyendo Ecuador, y son actores clave en el dinamismo económico, la creación de empleo y el fomento de la innovación. Sin embargo, a pesar de su importancia, las Pymes enfrentan obstáculos significativos para internacionalizarse, lo que dificulta su capacidad para competir en mercados internacionales.

Uno de los modelos más estudiados y aplicados para la internacionalización de las empresas es el Modelo de Uppsala, desarrollado por Johanson y Vahlne en 1977. Este modelo teórico postula que las empresas se internacionalizan de manera gradual, comenzando por mercados cercanos y culturalmente similares, y aumentando progresivamente su compromiso en función del conocimiento acumulado y la reducción de la incertidumbre. Para las Pymes, este modelo representa un enfoque atractivo, ya que minimiza los riesgos financieros y operativos asociados con la expansión internacional abrupta.

En el contexto de Guayaquil, una de las ciudades más importantes de Ecuador en términos de actividad comercial e industrial, la internacionalización de las Pymes es esencial para impulsar el crecimiento económico y la competitividad global. Sin embargo, las empresas locales enfrentan barreras significativas, incluyendo la falta de acceso a financiamiento, la escasez de conocimientos especializados sobre los mercados internacionales, y dificultades para establecer redes comerciales en el extranjero.

El presente estudio tiene como objetivo evaluar la eficacia del Modelo Uppsala en la internacionalización de las Pymes de la ciudad de Guayaquil, analizando casos prácticos de empresas que han implementado este modelo y examinando sus resultados. El estudio pretende no solo validar la utilidad del modelo en el contexto ecuatoriano, sino también identificar las barreras y facilitadores más importantes en el proceso de internacionalización.

### 26.1. Planteamiento del problema

La internacionalización se ha convertido en una estrategia esencial para que las empresas, incluidas las pequeñas y medianas (Pymes), puedan competir en un entorno globalizado. Sin embargo, las Pymes enfrentan importantes desafíos cuando intentan expandirse hacia mercados internacionales. En

Ecuador, y particularmente en la ciudad de Guayaquil, las Pymes representan una parte fundamental de la estructura económica, siendo generadoras de empleo y promotoras del desarrollo local. No obstante, su participación en mercados internacionales ha sido limitada, en gran parte debido a barreras financieras, organizacionales y de conocimiento sobre los mercados externos.

El modelo Uppsala, desarrollado en 1977, propone un enfoque gradual para la internacionalización empresarial, en el que las empresas aumentan su compromiso con los mercados internacionales a medida que adquieren experiencia y conocimiento sobre estos. A pesar de que este modelo ha sido validado en contextos internacionales, su aplicación en economías emergentes, como Ecuador, aún es limitada, y se desconoce en qué medida puede ser efectivo para mejorar la internacionalización de las Pymes de Guayaquil.

El problema central radica en la falta de estudios que validen la efectividad del modelo Uppsala en el contexto local de Guayaquil y que identifiquen los factores que facilitan o dificultan la adopción de este modelo por parte de las Pymes. Si bien algunas empresas han comenzado a utilizar este enfoque, no existen análisis detallados que evalúen sus resultados, ni estudios

que exploren cómo las empresas pueden superar las barreras locales para la internacionalización, como el acceso limitado a financiamiento, la falta de redes comerciales, y las dificultades administrativas. Además, los estudios previos no han abordado suficientemente cómo las características específicas del mercado ecuatoriano impactan la eficacia del modelo.

En este contexto, surge la necesidad de evaluar de manera empírica cómo las Pymes de Guayaquil han implementado el modelo Uppsala, identificando tanto los beneficios obtenidos como las limitaciones encontradas en su aplicación. La identificación de estos elementos permitirá no solo validar la eficacia del modelo en el entorno local, sino también ofrecer recomendaciones para que las Pymes puedan mejorar su proceso de internacionalización y aprovechar mejor las oportunidades globales.

Por tanto, el problema que este estudio pretende abordar es la falta de comprensión sobre la efectividad del modelo de internacionalización Uppsala en las Pymes de Guayaquil, así como la identificación de los principales desafíos y estrategias que enfrentan estas empresas para internacionalizarse de manera exitosa bajo dicho modelo.

## 26.2. Formulación del problema

¿Es efectivo el modelo de internacionalización Uppsala para las Pymes de la ciudad de Guayaquil en términos de facilitar su expansión hacia mercados internacionales?, y ¿cuáles son los principales factores que determinan su éxito o fracaso en dicho proceso?

## 26.3. Objetivos

### 26.3.1. Objetivo general

- Evaluar la eficacia del modelo de internacionalización Uppsala en las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de la ciudad de Guayaquil, mediante el análisis de casos prácticos, con el fin de identificar los factores que determinan el éxito o fracaso de su implementación y proporcionar recomendaciones para mejorar el proceso de internacionalización de las Pymes en este contexto.

### 26.3.2. Objetivos específicos

- Identificar las principales barreras internas y externas que enfrentan las Pymes de la ciudad de Guayaquil en la implementación del modelo de internacionalización Uppsala.
- Analizar cómo el conocimiento sobre los mercados internacionales

y la experiencia acumulada por las Pymes influyen en su proceso de internacionalización de acuerdo con el modelo Uppsala.

- Evaluar el impacto del acceso a recursos financieros y redes comerciales internacionales en el éxito o fracaso de la aplicación del modelo Uppsala en las Pymes de Guayaquil.

- Examinar las estrategias utilizadas por las Pymes para superar las barreras y maximizar los beneficios del modelo Uppsala en su expansión hacia mercados internacionales.

- Proponer recomendaciones basadas en los resultados del estudio para mejorar la implementación del modelo Uppsala en las Pymes de Guayaquil, con el fin de fortalecer su competitividad en mercados globales.

## 26.4. Contexto de las Pymes en Guayaquil

Las Pymes en Ecuador, y particularmente en Guayaquil, juegan un papel fundamental en el desarrollo económico del país. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), las Pymes constituyen más del 90% del total de empresas en

Ecuador, proporcionando una parte significativa del empleo en el sector privado. A pesar de su importancia, estas empresas suelen enfrentar limitaciones significativas para su crecimiento, particularmente cuando intentan acceder a mercados internacionales.

La internacionalización de las Pymes ecuatorianas ha sido históricamente baja en comparación con otros países de América Latina. Factores como la falta de financiamiento, barreras regulatorias, y una cultura empresarial que no promueve la internacionalización desde etapas tempranas son algunos de los obstáculos que limitan su capacidad para expandirse globalmente. Además, las empresas en Guayaquil suelen depender de un entorno comercial interno relativamente pequeño, lo que aumenta la necesidad de expandirse a otros mercados para lograr un crecimiento sostenible.

## 26.5. El modelo de Uppsala

El Modelo de Uppsala postula que las empresas tienden a expandirse internacionalmente a través de un proceso incremental. Según este enfoque, las empresas comienzan a internacionalizarse en mercados cercanos y culturalmente similares, donde los niveles de incertidumbre son más bajos. A medida que las empresas adquieren conocimiento y experiencia en los mercados internacionales,

aumentan su nivel de compromiso con esos mercados, invirtiendo más recursos y adoptando formas de presencia más permanentes, como filiales o sucursales. El Modelo de Uppsala se basa en dos conceptos clave: el conocimiento experimental y el compromiso con el mercado. El conocimiento experimental se refiere al aprendizaje acumulado que una empresa obtiene al operar en mercados internacionales, lo que reduce la percepción de riesgo y permite una toma de decisiones más informada.

El compromiso con el mercado, por otro lado, se refiere al grado de inversión de recursos en un mercado extranjero, lo cual está influenciado por el nivel de conocimiento que la empresa ha adquirido. Este enfoque gradual de la internacionalización es particularmente relevante para las Pymes, que a menudo carecen de los recursos financieros y humanos necesarios para una expansión internacional rápida y agresiva. En lugar de asumir riesgos elevados al ingresar a múltiples mercados al mismo tiempo, las Pymes pueden optar por una estrategia de internacionalización más cautelosa y progresiva, que les permita minimizar los riesgos y maximizar las oportunidades.

## 26.6. Críticas y limitaciones del modelo de Uppsala

A pesar de su popularidad, el Modelo de Uppsala ha sido objeto de varias

críticas a lo largo de los años. Una de las principales críticas es que el modelo no explica adecuadamente el comportamiento de las llamadas empresas "born global", que tienden a internacionalizarse rápidamente desde su creación, sin pasar por el proceso gradual descrito en el modelo. Estas empresas, a menudo impulsadas por la tecnología y la innovación, no se ven limitadas por las barreras geográficas y culturales de la misma manera que las PYMES tradicionales.

Otra crítica importante es que el Modelo de Uppsala puede no ser aplicable en industrias altamente globalizadas, donde las empresas deben competir en múltiples mercados simultáneamente para sobrevivir. En estos casos, la internacionalización incremental puede no ser una opción viable, y las empresas deben adoptar estrategias más agresivas y diversificadas desde el principio.

A pesar de estas críticas, el Modelo de Uppsala sigue siendo relevante para muchas Pymes que operan en industrias menos globalizadas y que enfrentan altos niveles de incertidumbre en su expansión internacional. En particular, el modelo es útil para empresas que no cuentan con una vasta experiencia en mercados extranjeros y que necesitan adquirir conocimientos sobre el terreno antes de comprometerse plenamente con mercados internacionales.

## 26.7. Otros modelos de internacionalización

Además del Modelo de Uppsala, existen otros enfoques teóricos que pueden ser útiles para comprender el proceso de internacionalización de las Pymes. Entre ellos, destacan el modelo de la red (network model), que pone énfasis en la importancia de las redes comerciales y las alianzas estratégicas para facilitar la internacionalización.

Este modelo sugiere que las empresas que establecen relaciones sólidas con socios comerciales internacionales pueden reducir significativamente los riesgos y costos asociados a la entrada en nuevos mercados. Otro enfoque relevante es el modelo de la empresa nacida global (born global firm), que se refiere a aquellas empresas que, desde su creación, adoptan una orientación global y buscan expandirse en mercados internacionales rápidamente.

Estas empresas suelen ser intensivas en tecnología y están impulsadas por la innovación, lo que les permite superar las barreras tradicionales de la internacionalización.

## 27. Metodología

Además del Modelo de Uppsala, existen otros enfoques teóricos que pueden ser útiles para comprender el proceso de internacionalización de las Pymes.

Entre ellos, destacan el modelo de la red (network model), que pone énfasis en la importancia de las redes comerciales y las alianzas estratégicas para facilitar la internacionalización. Este modelo sugiere que las empresas que establecen relaciones sólidas con socios comerciales internacionales pueden reducir significativamente los riesgos y costos asociados a la entrada en nuevos mercados.

Otro enfoque relevante es el modelo de la empresa nacida global (born global firm), que se refiere a aquellas empresas que, desde su creación, adoptan una orientación global y buscan expandirse en mercados internacionales rápidamente. Estas empresas suelen ser intensivas en tecnología y están impulsadas por la innovación, lo que les permite superar las barreras tradicionales de la internacionalización.

### 27.1. Enfoque cualitativo

El componente cualitativo del estudio incluyó entrevistas semiestructuradas con los gerentes y propietarios de las Pymes seleccionadas. Estas entrevistas se enfocaron en explorar las experiencias de las empresas durante el proceso de internacionalización, los desafíos enfrentados y las estrategias implementadas para superar dichos desafíos. Las entrevistas también permitieron comprender en mayor detalle cómo las empresas han

adaptado el Modelo de Uppsala a su propio contexto empresarial y cómo han utilizado el conocimiento adquirido en mercados internacionales para mejorar su competitividad global.

Las entrevistas fueron grabadas y transcritas para su posterior análisis. Se utilizó un enfoque de análisis temático para identificar los temas recurrentes y los patrones en las respuestas de los entrevistados. Este análisis permitió identificar las principales barreras y facilitadores en el proceso de internacionalización de las Pymes y proporcionó información valiosa sobre las lecciones aprendidas por las empresas.

### 27.2. Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo del estudio se centró en la recopilación de datos financieros y operativos de las Pymes. Se recolectaron indicadores clave de desempeño, como el crecimiento de las exportaciones, el número de mercados internacionales alcanzados, y las inversiones en capacidades internas relacionadas con la internacionalización. Estos datos fueron analizados utilizando técnicas estadísticas descriptivas y de regresión, lo que permitió identificar correlaciones entre la implementación del Modelo de Uppsala y los resultados empresariales.

### 27.3. Selección de la muestra

La muestra incluyó 10 Pymes de Guayaquil que han implementado el Modelo de Uppsala en sus estrategias de internacionalización en los últimos tres años. Las empresas seleccionadas operan en una variedad de sectores, incluyendo manufactura, agroindustria y servicios, lo que permitió obtener una visión más completa de cómo el modelo puede ser aplicado en diferentes contextos.

Los criterios de selección de la muestra fueron los siguientes:

1. Empresas con más de cinco años de operación en el mercado local.
2. Empresas que hayan implementado el Modelo de Uppsala en sus estrategias de internacionalización en los últimos tres años.
3. Empresas con experiencia significativa en exportaciones o en la penetración de nuevos mercados internacionales.

### 28. Resultados

Los resultados del estudio muestran que las PYMES que implementaron el Modelo de Uppsala experimentaron un crecimiento sostenido en sus exportaciones. El 70% de las empresas

reportaron un incremento en sus ventas internacionales en los primeros dos años tras la implementación del modelo, lo que sugiere que el enfoque gradual del Modelo de Uppsala permite a las empresas expandirse de manera efectiva en mercados internacionales.

Las empresas que participaron en el estudio destacaron la importancia de adquirir conocimiento sobre los mercados internacionales antes de comprometerse plenamente con ellos. Este enfoque les permitió minimizar los riesgos asociados a la internacionalización y ajustar sus estrategias en función de las condiciones del mercado.

Una de las principales ventajas del modelo Uppsala es su énfasis en el desarrollo gradual de redes comerciales y alianzas estratégicas en los mercados internacionales. El 50% de las Pymes estudiadas mencionó que el uso de agentes o distribuidores locales en los mercados internacionales facilitó su acceso a nuevos clientes y redujo el riesgo asociado a la entrada en nuevos mercados. Estas alianzas también permitieron a las Pymes aprender sobre las prácticas comerciales locales y adaptar sus productos a las necesidades específicas de los mercados extranjeros.

El análisis de los casos prácticos mostró que el modelo Uppsala es eficaz para las PYMES de Guayaquil que buscan

internacionalizarse de manera gradual. El enfoque secuencial propuesto por el modelo, que sugiere una entrada progresiva a mercados internacionales a través de un proceso de aprendizaje acumulativo, fue altamente valorado por las empresas estudiadas. Las PYMES que implementaron el modelo experimentaron una disminución en la incertidumbre respecto a los mercados internacionales y fueron capaces de adquirir conocimientos clave sobre las dinámicas comerciales de sus mercados objetivo. El 75% de las PYMES analizadas informó que la adopción de un enfoque gradual les permitió mejorar su capacidad de gestión en mercados extranjeros y evitar errores costosos que podrían haber surgido con una internacionalización más agresiva.

La acumulación de conocimiento, especialmente mediante relaciones comerciales iniciales como intermediarios o agentes en el mercado de destino, resultó ser un elemento crucial para el éxito en la internacionalización de estas empresas.

A pesar de los beneficios observados en la aplicación del modelo Uppsala, el estudio reveló que las PYMES de Guayaquil enfrentan varias barreras significativas que dificultan su internacionalización.

Entre las barreras internas más destacadas se encontraron:

-Capacidades limitadas de gestión: El 60% de las PYMES señaló que carecen de un personal suficientemente capacitado para gestionar adecuadamente el proceso de internacionalización. La falta de formación en comercio exterior, negociación internacional y gestión de redes globales limitó su capacidad para expandirse más allá de los mercados locales.

-Recursos financieros insuficientes: El 80% de las empresas mencionó que el acceso limitado a financiamiento fue uno de los mayores obstáculos para implementar el modelo de Uppsala. La falta de capital restringió su capacidad para invertir en estudios de mercado, alianzas estratégicas y otras actividades fundamentales para la internacionalización.

-Escaso conocimiento de mercados internacionales: El 65% de las empresas expresó que, en las fases iniciales del proceso de internacionalización, la falta de información y conocimiento especializado sobre los mercados internacionales representaba una barrera considerable. Sin información adecuada sobre regulaciones, hábitos de consumo y competencia en los mercados extranjeros, las PYMES enfrentaron dificultades para tomar decisiones acertadas.



En cuanto a las barreras externas, el estudio reveló:

- Entorno regulatorio complicado: El 50% de las empresas participantes señaló que las complejidades regulatorias tanto a nivel local como en los mercados internacionales fueron una barrera significativa. La burocracia, la variabilidad de las normativas comerciales, y los altos costos de cumplimiento de las regulaciones aduaneras y fiscales en los países de destino dificultaron la expansión.

- Falta de apoyo institucional: Un 45% de las empresas mencionó la falta de programas gubernamentales y mecanismos de apoyo específicos para facilitar la internacionalización de PYMES. Aunque se han identificado iniciativas de apoyo, su alcance no fue suficiente para cubrir las necesidades específicas del sector.

- Barreras culturales y lingüísticas: El 55% de las empresas indicó que las diferencias culturales y lingüísticas complicaron su entrada en mercados con contextos diferentes. Estas barreras aumentaron el riesgo de malentendidos comerciales y dificultaron la negociación y creación de redes de confianza.

El acceso a financiamiento fue un factor determinante en la efectividad de la

implementación del modelo Uppsala. El 70% de las empresas que contaban con acceso a recursos financieros mediante líneas de crédito o programas de financiamiento orientados a la exportación lograron implementar el modelo con mayor éxito, expandiéndose a un mayor número de mercados internacionales en un período más corto. Estas empresas pudieron invertir en actividades esenciales como estudios de mercado, mejora de productos y adaptaciones específicas para mercados extranjeros.

Asimismo, el estudio resaltó la importancia de las redes comerciales internacionales. Las empresas que lograron establecer alianzas estratégicas con distribuidores, agentes y socios en los mercados de destino tuvieron un desempeño significativamente mejor en comparación con aquellas que intentaron entrar a mercados sin un respaldo local. El 65% de las Pymes que formaron estas alianzas mencionó que las redes comerciales facilitaron su entrada en mercados internacionales y les proporcionaron acceso a conocimientos y contactos clave, lo que redujo la incertidumbre y el riesgo asociado con la internacionalización.

Las PYMES que implementaron con éxito el modelo Uppsala desarrollaron estrategias específicas para superar las barreras identificadas. Entre las principales estrategias, se encontraron:

- Formación y capacitación en comercio exterior: El 60% de las empresas invirtió en la capacitación de su personal en temas de comercio internacional, negociación, gestión de exportaciones y adaptación cultural. Esta capacitación les permitió adquirir las habilidades necesarias para gestionar la internacionalización de manera más eficiente.

- Diversificación de mercados gradualmente: Siguiendo el enfoque del modelo Uppsala, el 55% de las empresas priorizó la entrada a mercados cercanos y culturalmente similares antes de expandirse a mercados más distantes y complejos. Esta estrategia les permitió adquirir experiencia y ajustar sus procesos a medida que aumentaban su presencia en mercados internacionales.

- Colaboración con instituciones gubernamentales y organizaciones comerciales: Un 50% de las empresas aprovechó los programas de apoyo ofrecidos por cámaras de comercio, embajadas y agencias de promoción comercial para acceder a información clave y apoyo logístico en sus procesos de exportación. Estas colaboraciones facilitaron la reducción de barreras burocráticas y la obtención de contactos estratégicos en mercados internacionales.

El estudio permitió establecer diferencias claras en los resultados obtenidos por las Pymes que implementaron el modelo Uppsala en distintos grados de profundidad. Las empresas que adoptaron plenamente el enfoque gradual del modelo y desarrollaron redes comerciales sólidas reportaron una mayor estabilidad y crecimiento en sus exportaciones.

Estas empresas lograron diversificar sus mercados de manera más efectiva y se mostraron más resilientes ante las fluctuaciones de demanda en mercados internacionales. Por otro lado, las empresas que implementaron el modelo de manera limitada o no contaron con recursos suficientes para desarrollar su conocimiento de mercados internacionales enfrentaron mayores dificultades para expandirse y reportaron menor éxito en sus intentos de internacionalización.

Los hallazgos de este estudio confirman que el modelo Uppsala sigue siendo una herramienta útil para guiar la internacionalización de las Pymes, especialmente en contextos donde las empresas enfrentan altos niveles de incertidumbre. El enfoque gradual propuesto por el modelo permite que las Pymes adquieran experiencia en mercados extranjeros de manera controlada, minimizando los riesgos asociados a la expansión internacional.

Sin embargo, los resultados también revelan que la implementación del modelo Uppsala no es suficiente para garantizar el éxito en todos los casos. Las barreras financieras y la falta de conocimiento especializado sobre los mercados internacionales son factores que limitan la capacidad de las Pymes para expandirse. Además, la ausencia de una infraestructura adecuada de apoyo a la internacionalización, como programas de financiamiento específicos y la creación de redes comerciales, dificulta el proceso de internacionalización para muchas empresas.

En este sentido, es necesario que las políticas públicas en Ecuador se enfoquen en mejorar el acceso a financiamiento para las Pymes con potencial exportador, así como en la creación de programas de capacitación en comercio internacional. La colaboración entre el sector público y privado es esencial para superar estos desafíos y crear un entorno favorable para la internacionalización de las Pymes.

## 29. Conclusiones

La evaluación del modelo Uppsala en la internacionalización de las Pymes de Guayaquil demuestra que este enfoque puede ser efectivo para facilitar la entrada en mercados internacionales de manera gradual y controlada. Las empresas que han implementado el modelo han logrado

mejorar su competitividad y acceso a nuevos mercados, aunque enfrentan desafíos importantes relacionados con el acceso a financiamiento y la falta de conocimiento especializado sobre los mercados internacionales.

Este estudio resalta la necesidad de un mayor apoyo institucional para las Pymes, incluyendo programas de financiamiento y capacitación en comercio internacional. Además, se recomienda que las empresas adopten un enfoque más proactivo en la creación de redes comerciales internacionales, utilizando alianzas estratégicas para reducir los riesgos y mejorar su posicionamiento en mercados extranjeros.

El análisis de casos prácticos ha demostrado que el modelo de internacionalización Uppsala es un enfoque efectivo para las Pymes de Guayaquil que buscan expandirse hacia mercados internacionales. El enfoque gradual y basado en la acumulación de conocimiento sobre mercados externos ayuda a mitigar riesgos y facilita la entrada en nuevos mercados. Sin embargo, la efectividad del modelo se ve condicionada por varios factores externos e internos que requieren atención para maximizar su potencial.

El estudio identificó las principales barreras internas y externas que limitan la implementación del modelo Uppsala

en las Pymes de Guayaquil. Entre las barreras internas destacan la falta de capacidades de gestión, limitaciones financieras, y escaso conocimiento sobre mercados internacionales.

Externamente, las empresas enfrentan obstáculos regulatorios, burocráticos y dificultades para acceder a redes comerciales y alianzas estratégicas en el extranjero. Estas barreras limitan el crecimiento y la competitividad de las Pymes en el contexto global.

El conocimiento sobre los mercados internacionales y la experiencia acumulada resultan ser factores decisivos en el proceso de internacionalización. Las Pymes que han logrado adquirir un conocimiento profundo sobre sus mercados objetivo a través de experiencias previas de exportación o alianzas estratégicas, han sido capaces de implementar el modelo Uppsala con mayor eficacia. La gradualidad que propone el modelo se ajusta bien a las empresas que requieren acumular este conocimiento antes de comprometerse significativamente con mercados externos.

El acceso limitado a financiamiento ha sido identificado como una de las barreras más críticas en el proceso de internacionalización. Las Pymes de Guayaquil encuentran dificultades para financiar su expansión, lo que ralentiza la implementación del modelo Uppsala.

Asimismo, la falta de redes comerciales internacionales que faciliten la creación de alianzas y vínculos estratégicos en el exterior limita el crecimiento internacional. Las empresas que han logrado establecer conexiones sólidas con agentes y distribuidores en mercados extranjeros han mostrado mejores resultados en su internacionalización.

Las Pymes que han logrado superar las barreras internas y externas han implementado estrategias proactivas, tales como la capacitación en gestión internacional, la búsqueda de socios estratégicos locales y extranjeros, y la adaptación de sus productos a las necesidades específicas de los mercados internacionales. Estas estrategias han sido clave para maximizar los beneficios del modelo Uppsala y permitir una expansión más efectiva.

En función de los resultados obtenidos, se proponen las siguientes recomendaciones para fortalecer la internacionalización de las Pymes de Guayaquil utilizando el modelo Uppsala:

- Acceso a financiamiento: Es fundamental que se desarrollen programas financieros específicos, tanto a nivel gubernamental como privado, que faciliten el acceso a recursos para la internacionalización.

- Capacitación y asesoría: Las Pymes necesitan capacitación especializada en comercio exterior y asesoría en la implementación de estrategias de internacionalización basadas en el conocimiento de los mercados internacionales.

- Fortalecimiento de redes comerciales: Se recomienda fomentar la creación de redes comerciales internacionales, facilitando alianzas entre empresas locales y agentes comerciales en mercados extranjeros, lo cual reduce la incertidumbre y facilita el acceso a nuevos mercados.

- Apoyo gubernamental: El apoyo institucional es crucial para facilitar procesos burocráticos, mejorar la infraestructura logística y crear incentivos fiscales para las Pymes que busquen internacionalizarse.

En conclusión, el modelo Uppsala ha demostrado ser una herramienta útil para las Pymes de Guayaquil, aunque su éxito depende en gran medida de la superación de las barreras identificadas. La implementación de políticas públicas adecuadas y el fortalecimiento de las capacidades internas de las empresas serán fundamentales para aprovechar plenamente las oportunidades que ofrece la internacionalización gradual.

### Bibliografía

Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1 de marzo de 1977). The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Springer Link*, 8, 23-32.

Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Springer Link*, 40(9), 1411-1431.

Knight, G. A., & Cavusgil, T. S. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born- global firm. *Springer Link*, 35, 124-141.

S.T, C., Knight, G., Riesenberger, J., Rammal, H., & Rose, E. (2014). *International Business*. Australia : Pearson.

## FACTORES SOCIO-CULTURALES DE LA ETNIA AFRO ECUATORIANA DENTRO DEL PROCESO EMPRENDEDOR

### SOCIO-CULTURAL FACTORS OF AFRO-ECUADORIAN ETHNICITY IN THE ENTREPRENEURIAL PROCESS

*María del Pilar Viteri Vera, Carmen Imelda Rugel Torre, Dolores Ortiz Guevara, Mai Ling Sión Morán*  
*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

Los factores socio culturales y la actividad emprendedora son aspectos que manejan una interseccionalidad que incide sobre el contexto y proceso emprendedor. Las étnicas afroamericanas históricamente han tenido que luchar sin equidad de oportunidades para salir de estados de pobreza. La investigación que se presenta nace del análisis que dentro de las actividades de vinculación social universitaria se han podido obtener a partir de los emprendimientos que lleva a cabo la Cámara Afro de Economía Popular y Solidaria en Ecuador. El objetivo de la investigación está orientado a conocer los diversos factores socio culturales que inciden directamente en el desarrollo de los emprendimientos de los sujetos de estudio con el fin de poder contextualizar a las personas y el proceso emprendedor de esta etnia. La metodología empleada parte de un estudio descriptivo que se enriquece con enfoques cuantitativos y cualitativos para el análisis de los datos obtenidos, basados en un estudio longitudinal que permite observar avances y retrocesos en los últimos 5 años. Los resultados evidencian que, la falta de educación financiera, la pobreza, y aspectos relacionados con las exclusiones y discriminación afectan el proceso emprendedor. Finalmente se abordan algunas sugerencias prácticas que nacen del sentir de las personas objeto de estudio y que pueden ser utilizadas como herramientas para generar oportunidades de emprendimientos sostenibles y sustentables.

**Palabras clave:** Empresa, Afroamericanos, Cultura, Ecuador.

#### Abstract

Socio-cultural factors and entrepreneurial activity are aspects that manage an intersectionality that affects the entrepreneurial context and process. Historically, African-American ethnic groups have had to struggle without equal opportunities to escape from poverty. The research presented here is based on the analysis that has been obtained within the activities of university social linkage from the enterprises carried out by the Afro Chamber of Popular and Solidarity Economy in Ecuador. The objective of the research is oriented to know the diverse socio-cultural factors that directly affect the development of the enterprises of the subjects of study in order to contextualize the people, context and entrepreneurial process of this ethnic group. The methodology used is based on a descriptive study that is enriched with quantitative and qualitative approaches for the analysis of the data obtained, based on a longitudinal study that allows observing progress and setbacks in the last 5 years. The results show that the lack of financial education, poverty, and aspects related to exclusion and discrimination affect the entrepreneurial process. Finally, some practical suggestions that arise from the feelings of the people under study and that can be used as tools to generate opportunities for sustainable and sustainable entrepreneurship are addressed.

**Keywords:** Enterprises, Afro-Americans, Culture, Culture.



## 1. Introducción

La población afrodescendiente constituye cerca de la tercera parte de la población mundial y es además el grupo minoritario que afronta los más altos índices de pobreza y discriminación, así, la desigualdad social que se reproduce en los contextos latinoamericanos está marcada por la divergencia económica, étnica y de género (Cobos, 2021).

A inicios del siglo XXI los afroecuatorianos gozaban de aceptables acciones colectivas impulsadas por organizaciones que avizoraban cambios positivos al entrar en el nuevo siglo, ya para la segunda década del presente siglo el movimiento afroecuatoriano tiene a su haber más de 350 organizaciones que luchan por generar oportunidades en los espacios educativos, de salud, políticos y económicos.

Pero las cifras reflejan una cruel realidad, a saber, que el pueblo afroecuatoriano sigue teniendo la tasa de analfabetismo y desempleo más alta. Así las desigualdades, pobreza y exclusión económica son un denominador común que afecta a este conglomerado poblacional, a decir de Antón (2023) Los descendientes de africanos esclavizados en el país que comparten rasgos identitarios, históricos, raciales, sociales y políticos. La categoría de pueblo afrodescendiente implica una agencia sociopolítica reconocida por la

Constitución de 2008 en sus artículos 56 y 58. Esta condición política y sociológica les ha permitido a los afroecuatorianos conquistar reivindicaciones colectivas sustentadas jurídicamente dentro del Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y de otros instrumentos jurídicos internacionales vinculantes con los países en los cuales son ciudadanos. (p.p 370-371).

Un estudio realizado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe que incluyó a Ecuador entre 2014 y 2018 evidenció que la población afroamericana tiene índices de pobreza que son notoriamente elevados frente a otros grupos étnicos (CEPAL 2019).

Los factores que afectan a la etnia afroecuatoriana son diversos, para algunos autores nacen desde las concepciones raciales, tal como lo manifiesta Cobos (2021)

Al presente siglo XXI y con la presencia de una pandemia producto del Covid-19, el racismo estructural sigue configurando las relaciones y realidades sociales de la población humana, condicionando fuertemente la calidad de vida de los pueblos afrodescendientes y, a pesar de que han pasado muchos siglos de dominación y exclusión, estos pueblos mediante sus iniciativas colectivas, siguen luchando por conservar su cultura y vivir dignamente frente a un modelo de poder hegemónico que los

deshumaniza y vulneran sus derechos continuamente mediante procesos de colonización del: poder, ser y saber; manifestados en el ámbito educativo, político, cultural y social. (págs. 45-46).

El estudio realizado por el Gobierno Ecuatoriano a través de la aplicación de la Encuesta Nacional Empleo, Desempleo y Subempleo realizada en el año 2018 reveló que, aunque cerca del 27% de los afroecuatorianos acceden a la educación media de bachillerato apenas casi un 8% ingresaron a la educación superior (CNIPN 2019). Para Velásquez y otros (2021) "los académicos indígenas y negres están en su mayoría ausentes de las universidades ecuatorianas; y no solo se trata de la ausencia, sino del dominio que esos espacios ejercen sobre el contexto cultural afro e indígena" (p.3).

El estudio realizado por la ONU en Ecuador en 2019 puso de manifiesto que la población afroecuatoriana adolece de "falta de acceso a asesoría legal, la falta de agua limpia, alimentos inadecuados, recreación insuficiente, malas condiciones de vida e inseguridad" (Naciones Unidas 2019, s/p). Al observar esta situación surge la idea de asociar el racismo y discriminación como factores culturales que de alguna manera afectan a la población afroecuatoriana.

A decir de Zapata (2021) existe "una lucha conjunta con los hombres afroecuatorianos contra el racismo

y la desigualdad; y una lucha con los hombres afroecuatorianos sobre el sexismo" (p. 50). Al respecto Oviedo (2022) manifiesta Sobre todo hay factores propios de la estructura del Estado, de la democracia y de la participación que dificultan el desarrollo de política pública contra el racismo y la discriminación étnica. Entre estos está un habitus que se reproduce en la aplicación de la política, connatural al modelo de democracia liberal y que se agudiza con el ejercicio de la colonialidad, más aún en sociedades donde se ha naturalizado la exclusión. Así, los mandatos constitucionales de plurinacionalidad e interculturalidad son aplicables con discrecionalidad y están sujetos a la voluntad de los individuos, ya que no se encuentran asumidos por los diversos sectores de la sociedad. (p. 130)

Siguiendo a Antón (2021) las limitaciones en los servicios relacionados con la educación y la atención médica inciden en forma directa dentro del desarrollo de la población afroecuatoriana así, el racismo estructural desconecta a esta población de la economía nacional, y aunque la mayor parte de los afroecuatorianos se asientan en zonas urbanas es muy poco frecuente escuchar que la prensa los destaque como empresarios de éxito.

El problema dentro del contexto educativo especialmente en las zonas



fronterizas y rurales (lugares donde existe gran cantidad de personas de la etnia afro ecuatoriana) da como resultado que sea escasa la calidad académica y sin educación no hay progreso afectando en forma negativa en la inserción laboral de las personas de esta etnia (León, 2022).

Para Caicedo y otras (2024) las mujeres afro ecuatorianas tienen que luchar más que sus pares hombres para progresar, de hecho “las mujeres afro tienen menos probabilidades de ser contratadas para un trabajo [...] tienen menos probabilidades de ser electas para cargos públicos [...], las mujeres afro son más propensas a ser víctimas de violencia de género” (p. 15). En este contexto la ONU manifiesta que la pobreza multidimensional afecta a casi el 40% de las mujeres afroecuatorianas, los factores que inciden directamente son la formación y educación.

El estudio realizado por Sánchez (2021) muestra que el limitado acceso al financiamiento debido a no contar con avales constituye una amenaza para su desarrollo económico y junto a éste está implícito “problemas de segregación e individualismo en términos posesivos” (p. 134).

Esta misma investigación determinó que Existe una relación directa entre las micro finanzas y el desarrollo de las mujeres afro a toda escala. [...] les

ha permitido generar excedentes para ser utilizados en la reinversión de sus emprendimientos y en la satisfacción de las necesidades básicas propias y de sus familias. Siendo lo más destacable la formación, la organización asociativa, la autonomía económica a través del emprendimiento. (Sánchez, 2021, p. 143).

En relación a la discriminación que son objeto dentro del sector laboral las personas afroecuatorianas, manifiesta León (2022) En ese sentido de manejo de causas de discriminación dentro de los puestos de trabajo donde los ciudadanos afrodescendientes realicen sus actividades laborales, sigue siendo una política formal, más no materializada, ya que dentro de las jerarquías laborales los afrodescendientes están posesionados en los puestos operativos y no gerenciales, lo que responde a condicionamientos segregados de racismo estructural o como en las discusiones académicas de afrodescendientes se conoce un “racismo light”. (p. 54)

Otro factor que incide dentro de la problemática que afecta el emprendimiento afro ecuatoriano lo constituye la falta de financiación y la brecha digital, por ello la promoción del desarrollo de las comunidades afroamericanas se alinea a una nueva transformación global utilizando la ciencia y tecnología en estos territorios,

poner los saberes tecnológicos a disposición de las comunidades afroamericanas les permiten circular el emprendimiento transformador, un aspecto positivo es el trabajo con las mujeres afroamericanas que dinamiza la economía y que transforma las realidades económicas de las unidades familiares. El ecosistema empresarial es proactivo enfocado en la diversificación de la generación de puestos de trabajos que desarrollen diversidad cultural e inclusiva (El País, 2023).

Como se puede apreciar los factores socio culturales de la etnia afro ecuatoriana que inciden en su desarrollo están marcados por las carencias de servicios de salud, educación, financiamiento, brechas digitales, servicios básicos, racismo, discriminación, falta de acceso a asesoría legal, alimentación inadecuados, recreación insuficiente, en general malas condiciones de vida e inseguridad.

Todos esos factores si bien es cierto que afectan al conglomerado total de la población lo hacen con una marcada fuerza en la etnia afroecuatoriana. Difícilmente las personas afroecuatorianas pueden emprender con éxito en medio de estos factores que afectan su desarrollo humano y para aquellos que emprenden se vuelve un trabajo arduo conseguir sostener en el tiempo y el espacio sus emprendimientos.

Trabajar en la resiliencia frente al emprendimiento que han fracasado para tomar experiencia de las amenazas y debilidades observadas permite que sean convertidos en fortalezas, experiencias y oportunidades al momento de intentar nuevamente ser parte del mercado, Hasta que las narrativas del emprendedor negro no cambien, siempre vamos a pensar apenas en diversidad e inclusión, que es un buen paso, pero no es bastante. Tenemos que pensar en negocio. Se está perdiendo dinero por no invertir en esta población. Y las comunidades afro en el mundo generan más de siete trillones de dólares anualmente. Es un mercado muy grande, pero no se piensa en los datos. (El País, 2023)

## 2. Metodología

La metodología empleada parte de un estudio etnográfico y descriptivo que se enriquece con enfoques cuantitativos y cualitativos para el análisis de los datos obtenidos, basados en un estudio longitudinal que permite observar avances y retrocesos en los últimos 5 años.

La población objeto de estudio está conformada por los miembros de la Cámara Afro de Economía Popular y Solidaria, esta institución es una organización sin fines de lucro, cuya finalidad social es la de agrupar a diversas organizaciones productivas

creadas y administradas por ciudadanos afrodescendientes, ubicadas en la ciudad-puerto de Guayaquil, Ecuador, país suramericano, inscrita y avalada por el Ministerio de Industria y Productividad, MIPRO, mediante Acuerdo Ministerial N° 17180 del 16 de Julio del 2017.

Estas personas participaron en un programa de vinculación social universitaria en el año 2018-2019 con la Universidad Tecnológica y Empresarial de Guayaquil, retomando nuevamente el acercamiento desde el periodo 2023-2024 desde las prácticas comunitarias desarrolladas por los estudiantes de las carreras de licenciatura en finanzas e ingeniería en tributación y finanzas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil como parte del proyecto de vinculación social denominado Aprendiendo a Emprender Financieramente en Igualdad de Oportunidades que surge del convenio entre la Universidad de Guayaquil y la Fundación Jóvenes por el Cambio.

Las encuestas y entrevistas permitieron conocer las experiencias y percepciones de los emprendedores de la etnia afroecuatoriana lo cual consiente un acercamiento del lector del presente trabajo investigativo a la etnia en cuestión. De esta forma se realizó una triangulación de la información en un antes y después de la pandemia por Covid-19 a partir de la información que surgió del trabajo etnográfico en los años

2018 y 2019 y que se confronta con las encuestas y entrevistas realizadas a 20 beneficiarios que actualmente participan dentro del territorio beneficiarios de actividades relacionadas a vinculación social universitaria y que forman parte de la Cámara Afro de Economía Popular y Solidaria.

### 3. Resultados

A continuación, se pone a consideración de los lectores la información contenida en la tabla 1 la misma que muestra las respuestas que los emprendedores dieron en el periodo 2018-2019 y las que han manifestado en el periodo 2023-2024. Como se podrá apreciar, aunque no se contaba con experiencias previas relevantes relacionadas a las actividades emprendedores, la motivación para emprender era mucho mayor hace cinco años atrás.

De lo expuesto se puede inferir que hace 5 años atrás existía una mayor disposición para realizar emprendimientos de forma más organizada con la limitante de los escasos de experiencia previa, donde lo que primaba era el deseo de ser un ente económicamente productivo capaz de generar una actividad económica que produzca un rédito financiero. Se emprende por necesidad más bien que por deseo y/o voluntad. Estos resultados están de acuerdo con lo que indica el informe GEM Ecuador 2023-2024 La principal motivación para emprender

**Tabla 1. Percepciones de Emprendedores**

| Percepciones de emprendedores                                                               | Periodos  |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
|                                                                                             | 2018-2019 | 2023-2024 |
| Mucha motivación para emprender.                                                            | 83%       | 65%       |
| Uso de cronogramas de actividades emprendedoras.                                            | 76%       | 50%       |
| Experiencia previa de emprendimientos.                                                      | 45%       | 70%       |
| Emprendimientos Alimenticios primera opción para emprender.                                 | 67%       | 35%       |
| Emprendimientos dirigidos a consumidores en general.                                        | 100%      | 85%       |
| Atención Personalizada es la diferencia del emprendimiento frente a la competencia.         | 56%       | 25%       |
| Calidad de producto o servicio es la diferencia del emprendimiento frente a la competencia. | 89%       | 25%       |
| 1 Salario Básico Unificado es el nivel de ingresos en el emprendimiento .                   | -         | 95%       |
| Hasta 2 Salarios Básicos Unificados es el nivel de ingresos en el emprendimiento .          | 86%       |           |
| Emprendimientos menores a 1 año.                                                            | 89%       | 50%       |
| Nuevos emprendedores.                                                                       | 92%       | 65%       |
| La delincuencia fue el factor principal para que fracasase el emprendimiento.               | -         | 10%       |
| Falta de conocimientos fue factor principal para que fracasase el emprendimiento.           | 25%       | 40%       |
| La cultura no representa un desafío en contra del emprendimiento.                           | 48%       | 65%       |
| No ha percibido a la discriminación o exclusión en el ámbito empresarial.                   | 76%       | 80%       |
| Desarrollar habilidades y conocimientos es vital para su emprendimiento.                    | 97%       | 70%       |
| Habilidades de comunicación son necesarias en el desarrollo del emprendimiento.             | 85%       | 20%       |
| Habilidades de marketing son necesarias en el desarrollo del emprendimiento.                | 99%       | 35%       |
| Habilidades de negociación son necesarias en el desarrollo del emprendimiento.              | 94%       | 30%       |
| Considera utilices las herramientas digitales para desarrollar el emprendimiento.           | 96%       | 30%       |
| Considera necesario los recursos financieros para desarrollar el emprendimiento.            | 100%      | 40%       |
| Existe evolución en el desarrollo de los emprendimientos.                                   | 96%       | 85%       |

**Nota:** Fuente tomada de encuestas realizadas.

en el país es ganarse la vida porque los empleos son escasos; el 90,84 % de la TEA muestra esta motivación como predominante, con tasas elevadas tanto en hombres (89,02 %) como en mujeres (92,58 %).

Esto resalta que el emprendimiento por necesidad sigue siendo dominante en el país, donde la falta de opciones laborales impulsa a la población a buscar soluciones a través de emprendimientos que se vuelven una prioridad más que una elección. ( Lasio, Amaya, Espinosa, Mahauad, & Sarango, 2024, pág. 49) La falta de conocimientos en áreas relacionadas al ejercicio empresarial tales como las tecnologías digitales, estrategias de comunicación, negociación y marketing constituyen aspectos que limitan el desarrollo de los emprendimientos, marcando tendencias críticas que frenan las actividades emprendedoras.

Este resultado obtenido guarda relación con lo que manifiesta el informe GEM Ecuador 2023-2024. En zonas urbanas (ecuatorianas), la mayoría de los emprendedores tienen educación secundaria completa (58,5 %) y algunos han alcanzado la educación superior (18,6 %). Por el contrario, en las zonas rurales, prevalece una mayor proporción de emprendedores con niveles educativos más bajos; un 36 % tiene educación básica incompleta y solo un pequeño 5,6 % ha alcanzado

estudios superiores. ( Lasio, Amaya, Espinosa, Mahauad, & Sarango, 2024, pág. 52). Por otro lado, la necesidad de contar con los medios financieros necesarios es una preocupación del sector que, lamentablemente con los pocos ingresos que originan sus actividades comerciales no les ofrece la oportunidad de ser sujetos de crédito para instituciones financieras que buscan tener un respaldo que garantice la devolución de un préstamo.

Por otro lado, los índices de delincuencia generan temor en el desarrollo de las actividades comerciales, donde muchos han perdido lo poco que han invertido sumiéndose en deudas que los han llevado a sacrificar incluso su bienestar económico y emocional. La falta de metodologías ágiles de emprendimiento, el bajo nivel de conocimientos que impide el desarrollo de la creatividad e innovación limita a que estos emprendimientos se basen casi de forma exclusiva a actividades que se relacionan con el sector alimenticio.

Los ingresos provenientes del retorno de la inversión son bastante bajos y tienen un comportamiento que va hacia la baja, actualmente un salario básico unificado representa \$460 dólares americanos, y si la canasta básica en Ecuador a abril de 2024 es de \$797,69 se puede apreciar que los emprendimientos no son lo suficientes como para cubrir las necesidades básicas de un ecuatoriano

promedio pero los emprendedores al carecer de fuentes de ingreso batallan con esos bajos ingresos para al menos obtener un ingreso diario, de esta forma el emprendedor “inicia sus negocios motivados por la falta de empleos, lo que nos deja ver que nuestra actividad emprendedora temprana compuesta, prácticamente por emprendimientos no dinámicos, no será una fuente de empleo en el corto plazo al menos” ( Lasio, Amaya, Espinosa, Mahauad, & Sarango, 2024, pág. 73)

Batallar en emprendimientos que carecen de una base de conocimientos y metodologías que promuevan el uso adecuado de los recursos económicos y reproduzcan modelos exitosos empoderando a los emprendedores en actitudes y aptitudes empresariales que les ofrezcan desarrollar habilidades de comunicación, marketing, y herramientas digitales es un factor sobre el que hay que trabajar; la innovación tiene niveles bajos lo cual está en concordancia con lo que manifiesta el informe GEM Ecuador 2023-2024.

En cuanto a la innovación de productos y servicios, solo el 0.15 % de los emprendedores ofrece productos o servicios nuevos para el mundo, y el 1.37 % ofrece productos nuevos o servicios para su país, situación similar al segundo factor, en el que 89.9 % de negocios no ha incorporado el uso de nuevas tecnologías o nuevos procedimientos en

la generación de sus bienes y servicios. ( Lasio, Amaya, Espinosa, Mahauad, & Sarango, 2024, pág. 73).

La educación es un factor socio cultural que debe ser interiorizada en cada ser humano, y debe ser visto como la herramienta intrínseca que permite el progreso de las naciones, si las unidades familiares convienen en desarrollar la educación los emprendimientos serán más creativos e innovadores tanto más cuando se contempla que, según las personas encuestadas los factores culturales relacionados a la diferencia de etnia, racismo y discriminación no constituyen aspectos que ellos valores como un atentado al desarrollo de sus ideales empresariales.

#### 4. Conclusiones

La situación de los emprendedores afro ecuatorianos objeto de estudio en esta investigación está caracterizada por la falta de capacitación y desarrollo de habilidades entre los miembros de las asociaciones lo cual limita su capacidad para liderar iniciativas, administrar proyectos y abogar por sus comunidades de manera efectiva, dinámica y sostenible.

Otro factor que afecta a la Cámara Afro es el acceso limitado a oportunidades de desarrollo y empoderamiento: algunas asociaciones pueden enfrentar dificultades para brindar oportunidades

significativas de desarrollo personal, educativo y profesional a sus miembros, lo que puede limitar su capacidad para superar la pobreza y la marginación.

Por otro lado, la falta de acceso a recursos y oportunidades da como resultado el que las asociaciones en el futuro podrían tener dificultades para acceder a recursos externos, como subvenciones, financiamiento y capacitación, así como a oportunidades para establecer alianzas estratégicas con otras organizaciones y entidades.

Finalmente, la falta de visibilidad y reconocimiento es una problemática que agudiza dificultades para que las asociaciones inscritas a la Cámara Afro sean reconocidas y valoradas por su trabajo y contribuciones a nivel local, nacional e internacional, lo que puede afectar su capacidad para obtener apoyo y recursos adicionales. Contar con políticas públicas de acción práctica y real que apoyen y promuevan emprendimientos que se desarrollen en contextos de innovación y que tengan una visión de internacionalización son aspectos que si se trabajan mejorarán la calidad de vida de miles de familias.

## 5. Referencias

- Lasio, V., Amaya, A., Espinosa, M., Mahauad, M., & Sarango, P. (2024). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023/2024. Guayaquil.
- Antón, J. (2021). Guayaquil, el racismo en cuatro actos: segregación, educación y pobreza de los afroecuatorianos (Relato etnográfico). En V. y. otros, *Racismos en Ecuador*.
- Reflexiones y experiencias interseccionales (págs. 109-127). Quito.
- Antón, J. (2023). Revisión de los estudios sobre el movimiento social afrodescendiente en Ecuador. En A. A. otros, *Narrativas, ciclos de protesta y repertorios de acción colectiva en Ecuador 1990-2022* (págs. 367-396). Buenos Aires. doi:<https://doi.org/10.54871/fa23c10k>
- Caicedo, M., Santander, M., Pineda, G., & Potosí, E. (2024). Liderazgo afroecuatoriano: Mujeres que abren camino en la cultura, el deporte y la sociedad. *Revista Social Fronteriza*, 4(2). doi:[10.59814/resofro.2024.4\(2\)e224](https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(2)e224) CEPAL.
- (2019). *Panorama Social de América Latina*. Santiago de Chile.
- CNIPN. (2019). *Agenda Nacional para la Igualdad de Derechos de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas, Pueblo Afroecuatoriano y Pueblo Montubio 2019-2021*. Quito.
- Cobos, J. (2021). EL RACISMO ESTRUCTURAL Y SUS CONTINUAS FORMAS DE COLONIZACIÓN: Reflexiones de su impacto en la vida de los/as afroecuatorianos/as en el marco del covid-19. *Kwanissa*, 4(9), 31-49.
- El País. (11 de mayo de 2023). Hablar de emprendimiento afro es hablar de oportunidades de negocio. Obtenido de <https://elpais.com/america-futura/2023-05-11/hablemos-de-los-desafios-de-la-poblacion-afro-que-emprende.html>
- León, D. (2022). La eficacia de las acciones afirmativas en la calidad de vida de los afroecuatorianos. Riobamba, Ecuador.
- Naciones Unidas. (2019). Ecuador debe implementar planes para eliminar la discriminación contra afrodescendientes. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2019/12/1466981>
- Oviedo, A. (2022). Ecuador: racismo y discriminación étnica en el vaivén de la política pública. *mundosplurales*, 9(2), 111-133. doi:[10.17141/mundosplurales.2.2022.5483](https://doi.org/10.17141/mundosplurales.2.2022.5483)
- Sánchez, O. (2021). Las microfinanzas y las mujeres afro de la ciudad de Guayaquil - Ecuador. *Revista Espacios*, 42(10). doi:[10.48082/espacios-a21v42n10p09](https://doi.org/10.48082/espacios-a21v42n10p09)
- Velásquez, A., Fáfán, A., Carcelén-Estrada, A., Congo, B., Montaña, C., Romero, G., ... Ortiz, Y. (2021). *Racismos en Ecuador*. (R. Barboza, & S. Zaragocín, Edits.) Quito: Friedrich-Ebert-Stiftung Ecuador FES-ILDIS.
- Zapata, C. (2021). La concepción del Buen Vivir en la mujer afroecuatoriana: una perspectiva interseccional. En C. O. FEMINISTA, Bizitzaren saregileak: redes feministas para agitar las bases de la economía (págs. 46-54). Bilbao. Obtenido de <https://congresoekonomiafeminista.org/>

## FINTECH EN ECUADOR EN PROCESO DE DIGITALIZACIÓN FINANCIERA

### FINTECH IN ECUADOR IN THE PROCESS OF FINANCIAL DIGITALIZATION

<sup>1</sup>*Raquel Narcisa Vera Ortega, <sup>2</sup>Victoria Elizabeth Vera Ortega, <sup>1</sup>Angel Marcel Plaza Vargas*

<sup>1</sup>*Universidad de Guayaquil*

<sup>2</sup>*Escuela Superior Politécnica del Litoral*

#### Abstract

The study examines the current situation of Fintech in Ecuador and the challenges they face amid the rapid financial digitalization. It begins by highlighting the transformative impact of Fintech in the global financial sphere and its local growth. The research question is raised about the situation and specific challenges of Fintech in the country. The general objective is to analyze their situation, development, economic impact and financial inclusion, as well as the challenges they face. The methodology used is descriptive, using documentary analysis to collect relevant information. The methodological process and the search terms used are detailed. The findings are organized into thematic categories such as the transformation of the financial sector, financial inclusion, growth and challenges of Fintech, technological infrastructure, cybersecurity and financial regulation. The discussion highlights the role of Fintech in technological and financial transformation, financial inclusion and payment digitalization, as well as the challenges and opportunities they face. In conclusion, the need for collaboration between the public and private sectors is highlighted to address the challenges and promote the sustainable growth of the Fintech sector in Ecuador, for the economic and social development of the country.

**Keywords:** Fintech in Ecuador, Financial inclusion, Technological infrastructure, financial regulation, cybersecurity.



## 1. Introducción

Fintechs, or financial technology companies, offer digital financial innovations in various sectors such as investment, payments, administration, financing and insurance (Carrillo, 2023). These companies have gained significant space in finance globally, with around a third of digitally active people in the world's largest economies using Fintech services, particularly prominent in China, India, the United States and the United Kingdom (E. Saliger., et al, 2020).

Fintechs have been instrumental in addressing unmet banking needs, improving customer service and providing transparent, efficient and cost-effective financial solutions (TeckLee, 2023). The evolution of Fintech has been internationally recognized by organizations such as the IMF, the World Bank Group and the OECD, highlighting its broad impact on financial services through innovative technologies and business models (Grennan & Michaely, 2020).

Fintech companies have a greater presence in first world nations, on the contrary, their development in most Latin American countries has not been as accelerated, with the exception of: Brazil with 869, Mexico 844 and Colombia 642 (Stefanos Ioannou, Dariusz Wojcik, 2022). Regarding Ecuador, the portal of technological ecosystems that measure

entrepreneurship in the country (BUENTRIPHUB, 2023) positions Ecuador in 9th place, with 69 companies in the sector, which gives it emerging status. Despite the small number of Fintech companies in the country, they have presented an approximate growth rate of 7%, going from 39 in 2017 to 69 at the end of 2023.

Despite the increase in the number of Fintech startups and the significant changes in the financial landscape due to the adoption of digital technologies (Solis-Sotomayor., et al, 2022), challenges persist that hinder their full development. According to (Mero., et al, 2022) these challenges, they cover a series of aspects, such as lack of investment, financial exclusion, limited technological infrastructure, the increase in cybercrimes, the complexity of financial regulation, among others. In addition to risks related to data protection and security, which are crucial areas for the sustainability and growth of the industry (Shrier & Pentaland, 2022).

Therefore, as a contribution to research, the present study aims to analyze the current situation of Fintech in Ecuador, examining its development, impact on the economy and financial inclusion, as well as the challenges they face. It will seek to understand how these companies have evolved in the context of the accelerated digitalization of

financial services and evaluate the factors that contribute to their growth in the country.

### Conceptual Framework.

This article begins an exhaustive analysis of the Fintech landscape in Ecuador, focusing on its evolution, economic repercussions and challenges in a context of growing financial digitalization. To do this, relevant definitions in the field of Fintech will be previously analyzed, laying the foundations for a deeper understanding of this emerging phenomenon.

### Fintech in Latin America and Ecuador

The implementation of Fintech technologies in Latin America has shown mixed results in terms of financial inclusion rates. While some progress has been made, barriers to entry in the financial sector and regulatory limitations have hampered the faster adoption of Fintech in the region. Latin America has made substantial progress in financial inclusion through innovations and the use of agent networks by banks, but significant gaps still exist within the region and compared to other economies (Suarez, 2023).

Despite the challenges, there is evidence that Fintech start-ups have played a role in increasing financial inclusion by reducing friction and

supporting overall business activity, especially at the base of the pyramid, while creating new business leaders (Gershenson., et al, 2021). To further enhance financial inclusion, it is crucial that Latin America continues to take advantage of technological innovations and prioritize financial education. The global data and analysis company for Fintech in the private market (findexable, 2021) published the ranking of the Fintech sector worldwide, with information from 83 countries and 11 thousand Fintech companies. The five most representative countries in the Fintech industry are the United States, the United Kingdom, Israel, Singapore and Switzerland.

In Latin America and the Caribbean, there are Brazil, Uruguay, Mexico and Colombia. Ecuador is ranked 9th in Latin America and the Caribbean and 69th in the general ranking. Table 1 details the ranking in Latin America and the Caribbean, table 2 specifies data on Fintech in emerging markets such as Ecuador.

**Table 1. Fintech in Latin America and the Caribbean**

| Country   | LAC Rankin | World ranking |
|-----------|------------|---------------|
| Brazil    | 1          | 14            |
| Uruguay   | 2          | 17            |
| México    | 3          | 32            |
| Colombia  | 4          | 45            |
| Chili     | 5          | 47            |
| Argentina | 6          | 49            |
| Perú      | 7          | 62            |
| Belize    | 8          | 67            |
| Ecuador   | 9          | 69            |
| Venezuela | 10         | 82            |

**Table 2. Emerging Fintech Markets in Latin America**

| 2021               |                  |            |                    |
|--------------------|------------------|------------|--------------------|
| Country            | Fintech Startups | Percentage | Growth (2017-2021) |
| Perú               | 1                | 4.6%       | 69%                |
| Ecuador            | 2                | 2.5%       | 47%                |
| Dominican Republic | 3                | 23%        | 129%               |
| Costa Rica         | 4                | 1.4%       | 72%                |
| Uruguay            | 5                | 1.4%       | 28%                |
| Guatemala          | 6                | 1.3%       | 79%                |

## Financial Inclusion

Financial inclusion is one of the most used terms today, such is its importance in allowing people and companies to access a diversity of easily accessible and low-cost financial products and services that satisfy their transactional needs such as: payments, savings, credit and insurance, thus reducing poverty and promoting prosperity (The World Bank, 2022), as proposed in 2015 by the UN, in the Sustainable Development Goals.

Other authors, such as Xialing Song , define financial inclusion as the effort to offer financial products and services that can cover the entire society and meet the needs of people and companies in terms of transactions in an affordable and sustainable way. savings, credit and other aspects (Xiaoling Song, Jiaqi Li., 2024). While, for the World Bank, financial inclusion is the engine of the development of a country's financial system, the growth of income and the improvement of the quality of life of its residents (Iryna Abramova, Larysa Nedilska, Nataliia Kurovska, 2023). The World Bank Group believes that the main objective of financial inclusion is to ensure that people around the world have access to a transaction account that serves as a basis for receiving financial services (The World Bank, 2018).

## Financial Technology (Fintech)

Financial technology (fintech) refers to the intersection of information technology and financial services, leading to innovative solutions in the financial sector (Zhang, 2023). (RÎMNICEANU, 2023) Fintech covers several segments, such as online payments using digital currency, peer- to -peer lending, robo-advice for investment, and blockchain technology. (Gopal., et al, 2023). The evolution of the post-2008 fintech financial crisis has given rise to global virtual banks and financial groups using disruptive technologies, emphasizing the importance of cybersecurity and the integrity of the financial system (Maxim, 2022). Fintechs play a crucial role in improving the accessibility, efficiency and security of financial services through trends such as fraud detection, personalized financial advice, robo-advisor and blockchain integration (Putra, 2023).

## Financial Technological Infrastructure

This concept refers to the set of resources and technologies necessary for the operation of Fintech, which include hardware, software, communication networks and data storage systems (Bernards & Campbell-Verduyn, 2019). Financial technology infrastructure encompasses disruptive technologies such as blockchain, mobile banking, cybersecurity and machine learning

applied in the financial sector to improve products and efficiency, merging IT and finance (Wilson, 2017).

### Security and data protection

Since Fintechs handle large amounts of sensitive user data, the security and protection of this data are critical aspects. Security encompasses the protection of data from unauthorized access, loss or alteration throughout its lifecycle, involving policies, hardware, software and user devices (Dhiipan, 2022). Data lifecycle-based privacy security protection protects the confidentiality, integrity and availability of personal data, controlling all aspects of the information system and users to prevent unauthorized access or use (H. Zhang, S. Cheng, Q. Cai and X. Jiang, 2022).

### Cybersecurity.

Cybersecurity is the practice of safeguarding systems, networks, and data from cyber attackers (Haripriya, Aleena & Venkadesh, 2024). It involves protection against unauthorized access, data theft and cyber attacks, ensuring the confidentiality, integrity and availability of information (Rao, 2023). Cybersecurity employs various techniques such as firewalls, encryption, strong passwords, and threat detection systems to deter cyber threats. (Mijwil., et al, 2023). The term

encompasses defensive actions that use information technology to protect digital environments. With the rapid growth of cyber threats, cybersecurity has become crucial for individuals, businesses, and organizations. The field faces challenges such as a shortage of qualified professionals and the need for greater awareness of cybersecurity risks (Rajabion, 2023). Overall, cybersecurity is essential in today's digital age to prevent data breaches and protect sensitive information.

### Digital access

Access to high-speed Internet and the availability of digital services are essential for the functioning of Fintech. Financial regulation plays a crucial role in the development and operation of Fintech. Research indicates that the digital measures implemented by Ecuador's MINEDUC during the pandemic highlighted the digital divide, especially in rural areas where access to technology is limited (Stinson, 2022). In addition, efforts have been made to improve access to information and communication technologies in these areas through projects such as the Implementation of Wireless Networks, benefiting communities dedicated to agriculture and livestock (España, 2023). Studies on youth Internet consumption in Ecuador indicate a growing dependence on mobile devices to access the network, with a focus

on services and connectivity rather than activism among the younger generation (Moreira-Zambrano., et al, 2020). The COVID-19 pandemic has also accelerated the adoption of digital channels for transactions in Ecuador, reflecting a global trend toward greater use of digital media (Rodrigo-Mendizábal., et al, 2020).

### Financial Regulation

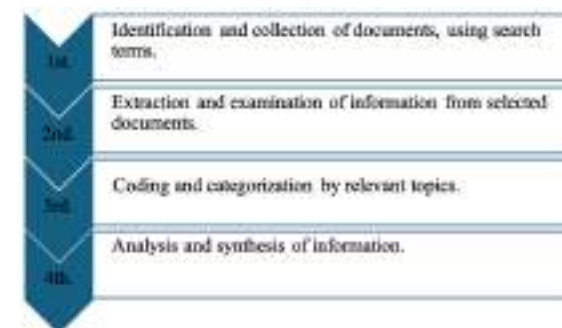
Financial regulation encompasses the construction and control of financial markets through formal rules and institutional frameworks. It is a crucial mechanism to prevent financial crises, ensure fair transactions, stability and consumer protection (Lopes, 2022). Despite the global trend towards financial liberalization, regulations remain essential and continue to evolve to address new financial instruments and risks (Kumar, 2014). Regulators employ various strategies such as standard-setting, oversight,

certification and compliance, choosing between public and private regulatory approaches based on the availability of resources.

## 2. Methodology

This study is part of a descriptive research and uses documentary analysis as the main method. Descriptive research seeks to document, describe and analyze various aspects of a topic without manipulation by the researcher, focusing on answering questions such as "What is x?" and "How are things related?" (Miksza., et al, 2023). While documentary analysis is a research technique that involves the review, evaluation and synthesis of relevant documents related to the topic of study (Kutsyuruba, 2023). In this case, an exhaustive analysis of government documents, financial reports, regulatory documents, academic studies and news related to Fintech in Ecuador will be carried out.

**Fig. 1. Methodological process of searching for information**



The document analysis process will be carried out in several stages, as visualized in Figure 1. First, relevant documents will be identified and collected by using specific search terms related to the study topic, such as "Fintech in Ecuador", "technological infrastructure", among others (Бессчастная & Горшкова, 2018), which are seen in table 3.

**Table 3. Search Terms Related to the Topic of Fintech in Ecuador**

|                                                       |
|-------------------------------------------------------|
| "Fintech in Ecuador"                                  |
| "Financial Technology in Ecuador"                     |
| "Financial Inclusion and Fintech in Ecuador"          |
| "Technological Infrastructure and Fintech in Ecuador" |
| "Cybersecurity in the Ecuadorian Financial Sector"    |
| "Data Security and Protection in Ecuador"             |
| "Financial Regulation for Fintech in Ecuador"         |
| "Challenges and Opportunities for Fintech in Ecuador" |

Each document will then be critically examined, extracting pertinent information about the Fintech landscape in Ecuador, its opportunities and challenges. Subsequently, a phase of coding and categorization of the information obtained will be carried

out, organizing the data into relevant thematic categories (Stuckey, 2015). This process will identify significant patterns, trends, and relationships within the collected data. Which are seen in table 4.

**Table 4. Relevant Categories or Themes.**

| No | Relevant categories or themes                      | Information                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Transformation of the Ecuadorian Financial sector: | The adoption of digital platforms and services has significantly transformed financial technology in Ecuador.<br><br>The emergence of FINTECH solutions has played a crucial role in streamlining financial services, especially during crises like the COVID-19 pandemic. |
| 2  | Financial Inclusion and Urban-rural Disparities:   | While digitalization has fostered financial inclusion in urban areas, rural and marginalized areas face significant challenges in accessing and adopting digital financial services.                                                                                       |
| 3  | Growth and Challenges of FINTECH in Ecuador        | The growth of FINTECH startups in Ecuador is notable, but they face significant challenges compared to other nations in the region and globally, such as low investment and restrictive regulations.                                                                       |
| 4  | Telecommunications Infrastructure:                 | Ecuador is experiencing challenges and advances in its telecommunications infrastructure, with notable improvements in urban areas, but problems persist in rural and remote areas.                                                                                        |
| 5  | Cybersecurity in the Financial Sector:             | Cybersecurity is a major concern in Ecuador, especially in the financial sector, which has been implementing proactive measures to protect against cyber attacks.                                                                                                          |
| 6  | Financial Regulation and Sandboxes :               | The implementation of sandboxes and other financial regulations affects the development and operation of FINTECH in Ecuador, generating diverse reactions among entrepreneurs in the sector.                                                                               |

Finally, an interpretive analysis of the results obtained will be carried out (WOOD, 2022), which will consist of the synthesis and drawing of conclusions based on the documentary review carried out (Depraetere., et al, 2018). This critical analysis will allow us to understand the real situation of Fintech in Ecuador, knowing what challenges they have had to face, such as opportunities for growth and expansion.

### 3. Results

The previously established criteria and themes allowed us to reach the following findings. Financial technology in the country has undergone a significant transformation driven by the adoption of digital platforms and services in the banking sector (Ordoñez-Granda., et al, 2020). This evolution has been driven by the emergence of FINTECH solutions, which have assumed an essential role in simplifying financial services and transactions, especially during crises such as the COVID-19 pandemic (Palacio, 2021).

The country's financial system includes various entities, such as savings and credit cooperatives, savings banks, communal banks, and traditional banks, all of which act as intermediaries between customers and their financial activities (León-Rodríguez, 2020). In the wake of the pandemic, the global trend towards the digitalization of payments

accelerated, and Ecuador was no exception. Digitalization increased while traditional payment methods through physical channels lost momentum (asobanca, 2022). Banking transactions in Ecuador experienced an annual growth of 37.6% in 2022, with 254 million additional transactions.

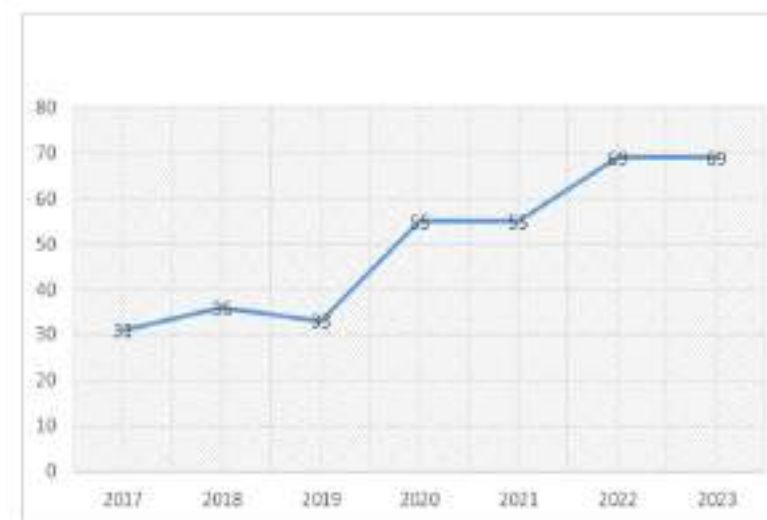
This increase is supported by the diversity of channels offered by the country's private banking, with digital channels (internet and mobile) being the preferred ones by users, reaching a total of 456 million transactions, 63.3% more than in 2021. Undoubtedly, this transformation boosted the growth of financial inclusion in urban areas of Ecuadorian society (World Bank, 2020), however, the reality is different in rural sectors and marginal areas, where access to bank accounts and the adoption of digital financial services such as mobile banking and electronic payments (Insurance, 2022) are almost non-existent.

Fintechs in Ecuador are in a process of growth (Mero, 2022), but they face significant challenges compared to other nations in the region and globally (a León-Vega, Ron-Amores & Vergara-Romero, 2023). According to a joint report by the Inter-American Development Bank (IDB) and Finnovista, there has been an increase in the number of Fintech startups in the country. Between 2017 and 2021, these companies went from

39 to 61, which represents a growth of 56% in that period (Finnovista, 2021), as shown in Figure 2. However, despite this progress, investment in these startups remains relatively low compared to other countries in the region (EY, 2022). In fact, Ecuador only attracted 0.7% of the total

investment in Fintech startups in Latin America in 2020, with a total amount of approximately 1.6 million dollars. This may be due to several factors, such as: infrastructure, excessive regulations, inefficient security, among others.

**Fig. 2. Annual growth of Fintech in Ecuador**



Regarding telecommunications infrastructure, Ecuador presents a combination of challenges and significant advances (April, 2023). Although there have been notable improvements in access and coverage, especially in urban areas, rural and remote areas persist with limited or no access to telecommunications services (Movistar, 2023). Service quality varies

by location and provider, with issues such as slow internet speeds and frequent outages in some regions (GSMA, 2022). Both the government and private companies have invested considerably in improving infrastructure, including the expansion of fiber optic networks and the modernization of mobile phone antennas (Cámara de Comercio de Quito, 2021). However, the



telecommunications market is regulated by the Telecommunications Regulation and Control Agency (ARCOTEL), and although there is competition between providers, a few main players can dominate the market (ARCOTEL, 2023). Ecuador faces future challenges in terms of telecommunications infrastructure, such as the need to expand coverage in rural areas, improve the quality of service and promote the adoption of emerging technologies such as 5G.

In the field of cybersecurity, Ecuador is ranked third in Latin America in terms of the incidence of cybercrime. During 2022 alone, 1,851 complaints related to this crime were registered. The most common crime is fraudulent appropriation by electronic devices. The National Police of Ecuador points out that 'phishing' is one of the most used methods to commit these crimes, tricking people into divulging personal information such as passwords and credit card numbers (asobanca, 2023).

They are followed by Ransomware, Malware attack, Exploitation of zero-day vulnerabilities, Target-directed impersonation, Internal threats, among others (EL COMERCIO, 2023). In Ecuador, one of the sectors most committed to protection against cyber attacks is banking. This sector has been devoting significant resources to the adoption of advanced security technologies and the implementation of

proactive measures to safeguard their clients' confidential information and protect their systems against possible attacks (Asobanca, the digital era in Ecuador report of transactions made by banks 2019 – 2022, 2023). These measures include the implementation of advanced firewalls, intrusion detection systems, two-factor authentication, and continuous network monitoring. Additionally, banks have implemented cybersecurity training programs for their staff and are promoting awareness among their customers about online security best practices (SUPERBAN, 2005). Which is supported by the Organic Law on Protection of Personal Data, whose purpose is to protect the essential rights of privacy and control over the personal information of individuals.

Fintechs not only face technological challenges, but must also face other challenges. Such as financial regulations, the implementation of sandboxes has been proposed as a regulatory tool to balance innovation and legal protection (EL UNIVERSO, 2023). A "sandbox" in the fintech space is a regulated testing environment that provides new companies in the sector with the opportunity to experiment with innovative financial products and services (Lessambo, 2023). This platform limits participation to a small group of users and is under the supervision of financial authorities. Its

primary goal is to promote innovation by allowing startups to develop and test new ideas in a controlled environment, while protecting consumers by minimizing initial risks. Another crucial point regarding the financial regulation of fintechs is the implementation of standardized computer systems for the generation of reports for companies that develop fintech activities in the country (SEPT, 2024).

These implementations have generated diverse reactions in the country's Fintech entrepreneurs, from acceptance to the opportunity to experiment with new financial products and services in a regulated and controlled environment, which gives them the possibility of testing and validating their ideas in a safer way before its market launch. Others, however, may perceive these regulations as a limitation to the innovation and agility of their operations, as they may involve a more complex and costly process to comply with regulatory requirements.

#### 4. Discussion

The research provides a detailed view of the current situation of Fintech in Ecuador, highlighting its role in the transformation of the national financial landscape. The findings reveal a number of crucial aspects that deserve further discussion.

#### Technological and Financial Transformation:

The results indicate that Fintech are leading a significant transformation in the Ecuadorian financial sector, driven by the adoption of digital platforms and services. This evolution has simplified financial processes and improved the accessibility of services for users, especially during the COVID-19 pandemic.

#### Financial Inclusion and Digitalization of Payments:

Although there is notable growth in the digitalization of payments and banking transactions, disparities persist in financial inclusion between urban and rural areas. While in cities digitalization has promoted financial inclusion, in rural and marginalized areas there are still significant barriers to accessing digital financial services.

Among the expected trends in the processes of change in digital payments, the following are mentioned:

- Increase in digital wallets that promote A2A payment, in digital markets in the United States and Europe they use intermediaries such as Google Pay, on the contrary, in Latin America the scenario will be the same as other emerging markets such as India and Brazil

where the use of digital wallets is preferred A2A.

- Increase in the use of digital identity wallets, considerable growth is expected globally, in Latin American markets the growth will be mixed depending on factors such as the economic policies of each country.
- Using AI to streamline anti-money laundering (AML) compliance processes.
- Implementation of biometric payment protocols in physical stores, taking into consideration technological proposals such as Amazon One, in Latin America the use of payments based on biometric recognition is expected within the next year.

### **Fintech Growth and Challenges:**

Despite the growth observed in the number of Fintech startups in Ecuador, these companies face significant challenges. Lack of investment, excessive regulations and limitations in technological and telecommunications infrastructure are significant obstacles that could hinder its growth and its ability to compete regionally and globally.

### **Cybersecurity and Data Protection:**

The increasing incidence of cybercrime in Ecuador poses significant challenges in terms of cybersecurity and data protection for Fintech and the banking

sector. While advanced security measures are being implemented, there is still work to be done to protect sensitive user information and mitigate the risks associated with cyber attacks. Among the main challenges to comply with cybersecurity in the process of growing online operations are:

- Improve the integration protocols of Artificial Intelligence (AI) in identity verification processes.
- Use of machine learning algorithms for the implementation of biometrics and facial recognition in authentication processes.
- Use of AI to analyze complex patterns, identifying and alerting about possible inconsistencies that could go unnoticed by traditional methods.
- Implement the ability to evaluate patterns and changes in user behavior over time, improving response to new threats.
- Adaptation of emerging technologies for operational optimization, redefinition of user-centered development strategies, and resistance to cyber threats.
- Implementation of predictive models based on AI that allow identifying potential risk patterns, strengthening transaction security.

### **Regulation and Financial Sandboxes:**

Financial regulation plays a crucial role in the development and operation of

Fintech in Ecuador. The implementation of regulatory sandboxes is presented as an opportunity to foster innovation while protecting consumer interests. However, its application poses challenges and generates diverse reactions among Fintech entrepreneurs in the country.

In summary, this study highlights the transformative role of Fintech in Ecuador, driving the digitalization of the financial sector and improving the accessibility of financial services, especially during the COVID-19 pandemic. However, significant challenges remain that hinder its full development.

These include lack of investment, financial exclusion in rural areas, limited technological infrastructure, cybersecurity risks and the complexity of financial regulation. To address these challenges, greater collaboration between the public and private sectors is required, as well as the implementation of policies and programs that promote financial inclusion, strengthen technological infrastructure and improve cybersecurity.

Additionally, implementing regulatory sandboxes could foster innovation while protecting consumer interests. Together, these measures can boost the sustainable growth of the Fintech sector in Ecuador, thus contributing to the economic and social development of the country.

## 5. Bibliography

- April, L. (January 19, 2023). Ecuador is preparing to face digitalization in 2023. LÍDERES, pp. <https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-preparado-enfrentar-digitalizacion-informe.html>.
- ARCOTEL. (2023). Statistical Bulletin NO. 2023-01. Quito: Telecommunications Regulation and Control Agency.
- asobanca. (2022). The advance of digital banking in Ecuador Report on transactions carried out through banking channels 2019 – 2021. Quito: asobanca.
- asobanca. (2023). Obtained from <https://asobanca.org.ec/bancos-ecuador-vanguardia-ciberseguro/>
- asobanca. (2023). The digital era in Ecuador Report on transactions carried out through banking channels 2019 – 2022. Quito: asobanca.
- Bernards & Campbell-Verduyn. (2019). Understanding technological change in global finance through infrastructures. Review of International Political Economy, 26.
- Quito Chamber of Commerce. (October 22, 2021). Infrastructure and digitalization of SMEs are the main barriers to the growth of the digital economy. Obtained from <https://ccq.ec/infraestructura-y-digitalizacion-de-pymes-son-las-principales-barreras-para-el-crecimiento-de-la-economia-digital/>
- Depraetere., et al. (2018). Depraetere et al – Critical interpretive synthesis: An assessment of reporting practices. Dhiipan, D. M. (2022). A Meta-Analysis of Efficient Countermeasures for Data Security. 2022 International Conference on Automation, Computing and Renewable Systems (ICACRS). Pudukkottai.
- HEY. (2022). Fintech Ecosystem Study Challenges and Opportunities Ecuador 2022. Quito: HEY.
- Finnovista. (2021). Fintech in Ecuador 2021: A study on the Ecuadorian fintech ecosystem.
- George, Allayannis., Joseph, M., Becker. (2019). A Global Fintech Overview. Social Science Research Network.
- Gopal., et al. (2023). Advancements in Fin-Tech and Security Challenges of Banking Industry. 2023 4th International Conference on Intelligent Engineering and Management (ICIEM). London.
- GSMA. (2022). The Mobile Economy in Latin America 2022. GSMA.
- H. Zhang, S. Cheng, Q. Cai and X. Jiang. (2022). Privacy security protection based on data life cycle. 2022 World Automation Congress (WAC). San Antonio.
- Haripriya, Aleena & Venkadesh. (2024). Cyber Security Unveiled: Trends and Protections in the Digital World. International Journal of Scientific Research in Engineering and Management.
- IJRASET. (2023). FinTech. International Journal For Science Technology And Engineering. 5734-5742.
- Iryna Abramova, Larysa Nediliska, Nataliia Kurovska. (2023). MODERN STATE AND POST-WAR PROSPECTS OF FINANCIAL INCLUSION IN UKRAINE CONSIDERING THE EU EXPERIENCE. Fintech Alliance (53).
- Kravchuck & Lutsyshyn. (2022). GLOBAL FINANCE AND FINTECH: CHALLENGES, TRENDS AND SYSTEM DETERMINANTS OF DEVELOPMENT. WORLD OF FINANCE.
- Kumar, R. (2014). Chapter 2 - Regulatory Environment of Financial Institutions. In Strategies of Banks and Other Financial Institutions Theories and Cases (pp. 31-60). Academic Press.
- Kutsyuruba, B. (2023). Document Analysis. In Varieties of Qualitative Research Methods (pp. 139–146). Springer.
- León-Rodríguez, IX (2020). Vices and illegalities in the consent for improper charges to clients holding bank accounts. IUSTITIA SOCIALIS, 5 (3).
- León-Vega, Ron-Amores & Vergara-Romero. (2023). The challenges of taxation in the digital economy: analysis of the Ecuadorian tax system. Amazonia Investiga Magazine 262-275.
- Lopes, D.S. (2022). Financial regulation. In A Handbook of Economic Anthropology (pp. 473–486). Edward Elgar Publishing.
- Maxim, N. (April 2022). Financial technologies (FINTECH) - current reality in the rise of transnational corporations! Retrieved from [https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/2468/Simp\\_tinerilor\\_cercet\\_8-9%20aprilie%202022%20Vol\\_1\\_p26-31.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/2468/Simp_tinerilor_cercet_8-9%20aprilie%202022%20Vol_1_p26-31.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Grouper, R. (2022). Fintech companies and their impact on the simplification of face-to-face financial services in Ecuador. FINTECH COMPANIES AND THEIR IMPACT ON THE SIMPLIFICATION OF FACE-TO-FACE FINANCIAL SERVICES IN ECUADOR.
- Mero., et al. (January 20, 2022). THE FINTECH COMPANIES AND THEIR IMPACT ON THE SIMPLIFICATION OF PRESENTIAL FINANCIAL SERVICES IN ECUADOR. Obtained from <https://www.eumed.net/es/revistas/contribuciones-economia/4-febrero-julio-22/empresas-fintech>
- Mijkwil., et al. (2023). Exploring the Top Five Evolving Threats in Cybersecurity: An In-Depth Overview. Mesopotamian Journal of Cybersecurity.
- Miksza., et al. (2023). 12 Quantitative Descriptive and Correlational Research. Music Education Research, 241–C12P143.
- Moreira-Zambrano., et al. (2020). Digital Gap Reduction with Wireless Networks in Rural Areas of Tosagua Town. Advances in Emerging Trends and Technologies Proceedings of ICAETT 2020.
- Movistar, E. (2023). Inclusive Connectivity: The benefits of connectivity in rural áreas. Obtained from <https://blog.movistar.com.ec/la-conectividad-en-las-zonas-rurales/>
- Ordóñez-Granda., et al. (2020). The financial system in Ecuador: Innovative tools and new business models. Koinonía Interdisciplinary Refereed Journal, 5 (10).
- Palacio, MG (2021). Falling through the Cracks: Digital Infrastructures of Social Protection in Ecuador. Development and Change.
- Putra, A. (February 20, 2023). ZENODO. Retrieved from <https://zPrograma.malignorg/records/7656915>
- Rajabion, L. (2023). Industry 5.0 and Cyber Crime Security Threats. GLOBAL IGI.
- Rao, U. (2023). Overview of Cyber Security. International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology (IJARSCT), 3 (7).
- RÎMNICEANU, R. (2023). Innovation in the Financial Sector (FinTech): Paradigms,

- Causes, Effects and Perspectives. The International Conference on Cybersecurity and Cybercrime. Bucharest.
- Rodrigo-Mendizábal, et al. (2020). Youth internet consumption in Ecuador: indicators of the national digital generation. *International Journal of Web Based Communities*, 16 (3), 296 - 320.
- Seguros, S. (. (2022). Report on financial inclusion in Ecuador.
- Shrier & Pentland. (2022). *Global Fintech: Financial Innovation in the Connected World*. The MIT Press.
- Solis-Sotomayor., et al. (2022). Use of electronic payments by users in financial entities in Ecuador. DigitalPublisher.
- Spain, AY (2023). Access to public information in Ecuador. *Contemporary Dilemmas Magazine*.
- Stinson, H. (2022). Impacts of Remote Learning Measures on Educational Access and Quality in Ecuador. *Current Issues in Comparative Education*, 24 (2).
- Stuckey, H. L. (2015). The second step in data analysis: Coding qualitative research data. *Journal of Social Health and Diabetes*.
- SUPERBAN. (2005). BOOK I.- GENERAL RULES FOR INSTITUTIONS OF THE FINANCIAL SYSTEM. Quito: Superintendency of Banks and Insurance.
- The World Bank. (October 1, 2018). UFA2020 Overview: Universal Financial Access by 2020. Retrieved from <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/brief/achieving-universal-financial-access-by-2020#:~:text=The%20UFA%20goal%20is%20that,to%20manage%20their%20financial%20lives>.
- TRADE. (June 23, 2023). Retrieved from <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ecuador-cuarto-pais-latino-con-intentos-ataque-cibernetico-por-minuto.html>
- World Bank. (2020). Ecuador: Towards financial inclusion.
- The World Bank. (March 29, 2022). Financial Inclusion. (The World Bank) Obtained from <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview>
- Wilson, J.D. (2017). *What Is Financial Technology? In Creating Strategic Value Through Financial Technology*.
- WOOD, L. (2022). Interpreting the Results: Making Sense of Study Findings. In *Applied Guide for Event Study Research in Supply Chain Management* (p. 12). IGI Global.
- Xiaoling Song, Jiaqi Li. (2024). Financial Inclusion, education, and employment: empirical evidence from 101 countries. *Humanities & Social Sciences Communications*, 11.
- Zhang, Y. (2023). Fintech: Exploring the Digital Transformation of Banking & Financial Services. *BCP Business & Management*, 46.
- (Бессчастная & Горшкова, 2018), . Documentary film-dissemination:

## FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE LOS EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES DEL COMERCIO INTERNACIONAL DEL CACAO EN ECUADOR: UNA MIRADA SOCIOECONÓMICA Y AMBIENTAL

### THEORETICAL FOUNDATIONS FOR SUSTAINABLE INTERNATIONAL COCOA TRADE VENTURES IN ECUADOR: A SOCIOECONOMIC AND ENVIRONMENTAL PERSPECTIVE

*\*Daniela Solanda Reyes Sánchez, \*Fernando José Zambrano Farias*

<sup>1</sup>Universidad de Guayaquil

<sup>2</sup>Universidad Internacional del Ecuador UIDE

#### Resumen

La exportación de Cacao representa una actividad comercial fundamental para la economía del Ecuador; sin embargo, su proceso productivo ha traído diversos problemas socioeconómicos y ambientales que afectan a los productores como el pago, la invisibilización de la mujer y la pérdida de biodiversidad. El objetivo principal del estudio fue el análisis de los fundamentos teóricos que han establecido los pequeños productores cacaoteros y la aplicación de prácticas sostenibles. El método utilizado fue de naturaleza bibliométrica y de enfoque cuantitativo por medio de la recolección de producciones científicas relacionadas a la sostenibilidad del Cacao en Scopus, las cuales fueron analizadas en Vosviewer, y con el apoyo de encuestas aplicadas a una muestra por conveniencia de 232 pequeños productores de las provincias de Los Ríos y Guayas (zona 5) donde se enfatizaron las perspectivas que engloban a los principios del comercio justo. Los principales resultados mostraron una fuerte producción científica en países como Ghana y, además de la presencia de prácticas económicas transparentes, el respeto a la equidad de género, y presencia de agrícolas que minimizaron el impacto del uso de agua y de los desperdicios por los encuestados. Se concluyó que los artículos científicos sobre la sostenibilidad el Cacao registran un aumento, entre tanto la encuesta reflejó un escenario positivo para la producción cacaotera de la zona en las tres perspectivas, siendo únicamente la perspectiva adicional del emprendimiento aquella con menos fuerza. Con este estudio se pretende aportar a futuras investigaciones relacionadas al comercio justo y la producción cacaotera.

**Palabras clave:** Exportación de cacao, Emprendimiento agrícola, Producción sostenible.

#### Abstract

Cocoa exports represent a fundamental commercial activity for Ecuador's economy; however, its production process has brought various socioeconomic and environmental problems that affect producers, such as payment, the invisibilization of women and the loss of biodiversity. The main objective of the study was the analysis of the theoretical foundations established by small cocoa producers and the application of sustainable practices. The method used was of a bibliometric nature and quantitative approach through the collection of scientific productions related to cocoa sustainability in Scopus, which were analyzed in Vosviewer, and with the support of surveys applied to a convenience sample of 232 small producers in the provinces of Los Rios and Guayas (zone 5) where the perspectives that encompass the principles of fair trade were emphasized. The main results showed a strong scientific production in countries such as Ghana and, in addition to the presence of transparent economic practices, respect for gender equity, and the presence of agricultural practices that minimized the impact of water use and waste by the respondents. It was concluded that scientific articles on the sustainability of cocoa recorded an increase, while the survey reflected a positive scenario for cocoa production in the area in the three perspectives, with only the additional perspective of entrepreneurship being the one with the least strength. This study aims to contribute to future research related to fair trade and cocoa production.

**Keywords:** Cocoa export, Agricultural entrepreneurship, Sustainable production.



## 1. Introducción

La producción de Cacao *Theobroma cacao* es una actividad de gran relevancia para los agricultores de Latinoamérica gracias a su calidad y reconocimiento extranjero. A pesar de ello, la evolución de su proceso de cultivo y venta ha traído consigo la visibilización de problemáticas que afectan no solo al ambiente, sino que de igual forma a los principales actores de la cadena de suministro global del Cacao.

Esencialmente, se observa la situación de los bosques de Brasil donde la deforestación de las hectáreas para fines antropológicos ha causado un desequilibrio en el ecosistema con una notable disminución de la regeneración forestal fruto del poco esparcimiento de semillas a cargo de aves y mamíferos, dispersores naturales (Araújo-Santos, et al., 2021).

Mientras que en el ámbito social, el rol de las mujeres en las fincas cacaoteras de Perú se ve limitado a causa de barreras que conforman esta industria en referencia a la igualdad de género las cuales tienen sus vertientes en la falta de acceso a recursos de subsistencia como un ingreso fijo (sin depender de la ganancia obtenida por el hombre), los estudios y el desarrollo de habilidades agrícolas para trabajar en sus propias parcelas de tierras, además de carecer de la toma de decisiones y tener la

responsabilidad de cuidar a sus esposos e hijos a través del trabajo doméstico. (Maeder, et al., 2024).

El escenario productivo en Ecuador, de igual manera, presenta una serie de desventajas socioeconómicas que afecta la participación de los productores nacionales en la industria global del Cacao. Un estudio realizado en 2021 en la provincia de Los Ríos indica que, de una muestra de 187 pequeños productores, el 14.97% no cuentan con maquinarias para la cosecha por lo que deben adaptarse y elevar el costo unitario de los sacos en consecuencia (Parada-Gutiérrez & Veloz-Cordero, 2021), sin embargo, el problema no solo radica en el acceso a los recursos físicos, si no que a su vez está estrechamente conectado con el bajo nivel educativo, la falta de conectividad a redes de Internet y el mínimo ingreso recibido mensualmente por la comercialización del Cacao (Parada-Gutiérrez & Veloz-Cordero, 2021).

Otro punto importante es la incidencia de los certificados internacionales de sostenibilidad en el desenvolvimiento del Cacao ecuatoriano puesto que la obtención de estos representa un costo alto y la auditoría resulta difícil por los tecnicismos que conlleva el proceso (Keisling, 2013; Araya y Correa, 2023). De acuerdo con el Centro de Promoción de Importaciones del Ministerio de Asuntos Exteriores de los Países

Bajos (CIB, 2024), las condiciones de sostenibilidad que precisan reconocidas empresas europeas (como Mars y Ferrero) a los proveedores de Cacao están relacionadas con sistemas de certificación de Rainforest Alliance, Fairtrade, Eu Organic, Fair for Life y Small Producers Symbol. En Ecuador, la exportación del Cacao puede contar con otros sellos sostenibles como Ethical Trade Initiative (ETI), Global G.A.P, HACCP, JAS – Organic Certification, KOSHER, Naturland, Occupational Health and Safety (OHS) y USDA – Organic Certification (Pro Ecuador, 2013).

Las certificaciones internacionales junto con la trazabilidad del Cacao ecuatoriano permiten que los agricultores pueden beneficiarse al momento de vender este producto tanto interna como externamente. (Durán et al., 2016) No obstante, el proceso de obtención de las certificaciones de sostenibilidad puede configurarse también como una barrera para los pequeños productores al tener un acceso económico limitado para cubrir el costo de estas, además de recibir un trato diferente por no pertenecer a un grupo más numeroso del sector productivo del Cacao (Araya & Correa, 2023).

En el quinto reporte del Foro de las Naciones Unidas sobre Normas de Sostenibilidad (UNFSS, 2022), se identificó el alto coste que representa el

acceso a los certificados como uno de los factores claves que aquejan a los productores de los países en vías de desarrollo, detallando que se necesita una inversión del tiempo y dinero de los solicitantes para poder responder a los requerimientos del auditor encargado.

En adición, se evidencia que, en ciertas ocasiones, el nivel de tecnicismo utilizado en las autorías dificulta la interacción entre el auditor encargado y los pequeños agricultores dada la poca experiencia en este tipo de procedimiento por lo tanto les resultado complicado proporcionar información exacta y relevante para el procedimiento. (Keisling, 2013).

En consideración a la incidencia que tiene el equilibrio socioeconómico y ambiental para la producción y comercialización del Cacao, el presente documento buscó profundizar sobre los estudios realizados anteriormente sobre este tema a través de un análisis bibliométrico en Vosviewer a partir de la base de datos de Scopus específicamente relacionada con la sostenibilidad del Cacao y, en conjunto, interpretó la situación de los pequeños productos ecuatorianos de la zona 5 alrededor de los principios del comercio justo por medio de un cuestionario.

## 2. Metodología

El método empleado pertenece a los enfoques bibliométrico y cuantitativo. La bibliometría se centra en el análisis de bases de datos y las publicaciones realizadas sobre un tema en particular que reflejen los cambios en las tendencias de este a lo largo del tiempo (Licea de Arenas & Santillán Rivero, 2002). El proceso bibliométrico inició con la búsqueda de artículos científicos elaborados hasta 2024 en la base de datos Scopus con la ecuación de búsqueda COCOA AND SUSTAINABLE limitada a únicamente artículos y con resultados en los idiomas inglés y español. Un total de 526 producciones científicas fueron descargas en un archivo CSV e introducidas al software Vosviewer para su respectivo estudio por medio de tres principales áreas de análisis: la coautoría por países, documentos citados y la concurrencia de todas las palabras claves.

Por otra parte, el enfoque cuantitativo se basó en la técnica de la encuesta con el apoyo del cuestionario como instrumento de recolección de datos. El muestro aplicado es no probabilístico con una muestra por conveniencia de 232 pequeños productores cacaoteros pertenecientes a Los Ríos y Guayas, provincias ubicadas en la zona 5 del país. El cuestionario consistió en una serie de 39 preguntas cerradas de naturaleza cualitativa pues entre las variables

consideradas estuvieron: edad, género, nivel de educación, actividad que realiza, tiempo de actividad, pertenencia a sistemas de organización dentro de la industria del Cacao, las cuales conforman la información general de los encuestados, además de aquellas variables relacionadas con la aplicación de los principios del comercio justo en las perspectivas económica, social, ambiental.

Estas perspectivas a su vez incluyen el desarrollo sostenible y el emprendimiento en profundización del eje temático del estudio. Luego de obtener la información, se procedió con el ingreso y codificación de los datos a una hoja de Excel la cuál facilitó el análisis de los resultados en el software Jamovi por medio de tablas de frecuencia.

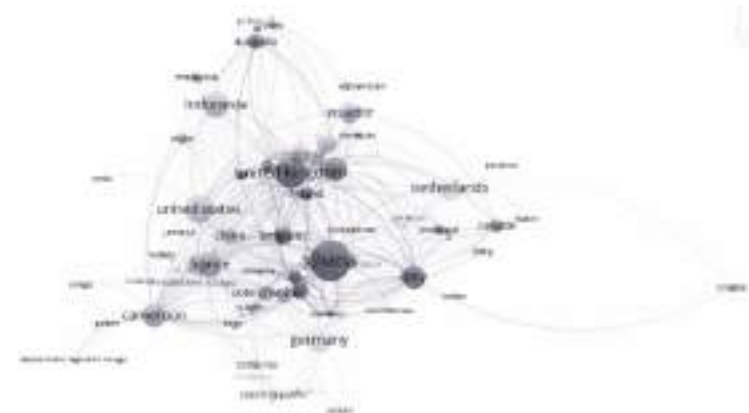
## 3. Resultados

### Bibliometría

En relación con los países involucrados en la coautoría de los documentos, Ghana y los Estados Unidos presentan el mayor número de producción de acuerdo con el análisis bibliométrico. En Ghana se observó líneas de investigación ligadas al impacto en la sociedad y medio ambiente que tienen las iniciativas sostenibles y la aplicación de estas por las corporaciones para mejorar la calidad de vida de los productores en este país. Por ejemplo, en un estudio

llevado a cabo por Ingram et al. (2018), se comparó a aquellos agricultores del Cacao certificados y no certificados en Ghana y Costa de Marfil donde se concluyó que los primeros suelos experimentar un aumento de la productividad y de sus ingresos. Sin embargo, la gama de beneficios puede variar en función del tipo y la intensidad de los servicios prestados.

**Figura 1. Análisis por coautoría de documentos**



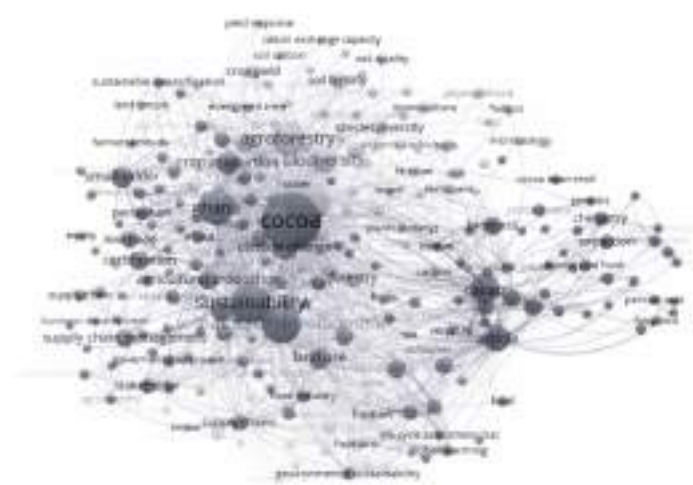
El análisis por citación menciona a todos los autores que fueron citados en las 527 producciones científicas de Scopus. El autor más citado corresponde a François Ruf quien se enfocó en el impacto de la obtención de certificaciones sostenibles como el Rainforest Alliance, en los desafíos en la parte económica por los cuales deben atravesar los productores del Cacao en Costa de Marfil, en la deforestación y en la transición de los sistemas agrícolas utilizados comúnmente para la cosecha del Cacao y el algodón.

(Ruf, Kone, & Bebo, 2019) Finalmente, entre las palabras que mayormente fueron utilizadas por los autores se

encuentra cocoa con 201 ocurrencias con una fuerza de enlace de 1481. En segunda posición se obtuvo el nombre científico Theobroma cacao el cual aparece una cantidad de 137 veces con un número de enlaces respecto a los clústeres de 1127; en comparación con la primera palabra, Theobroma cacao tiene 334 conexiones menos.

En la tercera posición se encontró Sustainable Development (Desarrollo Sostenible) con un total de 91 ocurrencias y 796 conexiones, siendo esta mayor que la palabra Sustainability que contó con 5 ocurrencias más, pero con 48 enlaces menos.

Figura 2. Análisis por coocurrencia de todas las palabras claves.



Encuesta

Con la muestra no representativa de 232 pequeños productores se obtuvo que, en relación con la edad y género, el rango de edad que se presentó con mayor frecuencia fue el de mayor o igual que 65 años con un total de 63 apariciones y representando el 27.2% de la muestra mientras que el rango de entre 55 a 64 y de 45 a 54 años constituyen el 24.6% y 22.8% respectivamente. Con respecto al género, el 78.9% estuvo conformado por hombres y solo el 21.1% por mujeres.

Tabla 1. Género de los encuestados.

| Género    | Frecuencias | % del Total | % Acumulado |
|-----------|-------------|-------------|-------------|
| Masculino | 183         | 78.9 %      | 78.9 %      |
| Femenino  | 49          | 21.1 %      | 100.0 %     |

El nivel de educación que tuvo mayor predominancia fue la educación primaria completa con 94 respuestas y un 40.5% del total. La educación secundaria completa contó con 50 respuestas (21.6%), la educación primaria y secundaria incompletas

obtuvieron resultados similares con 30 y 29 respuestas (12.9 y 12.5% cada una). En base a esta información, más del 50% de los encuestados al menos ha completado la educación primaria.

Entre los tipos de actividades en la producción del Cacao, las opciones fueron: agricultor, productor, intermediario y trabajador. Un total de 171 encuestados respondieron que únicamente se desempeñan como agricultores, cifra que presentó el 73.7% de los 232 pequeños productores. Solo el 14.7% se dedican a la producción (34 personas) mientras que el 4.7% son trabajadores (11 personas).

Acerca del tiempo que llevan trabajando hasta la actualidad, más del 50% de los encuestados afirmó tener más de 21 años en trabajando en las actividades de producción y comercialización del Cacao. En las preguntas ligadas al sistema de producción agrícola de pertenencia, 119 encuestados respondieron de manera afirmativa y de los cuales 103 pertenecen a una Asociación, 1 a una Cooperativa, 14 a una Organización Agrícola y solamente 1 a Grupos de Interés Económico (GIE).

Tabla 2. Sistemas de pertenencia de los productores.

| Sistema de pertenencia            | Frecuencias | % del Total | % Acumulado |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Asociación                        | 103         | 44.4 %      | 44.4 %      |
| Cooperativa                       | 1           | 0.4 %       | 44.8 %      |
| Organización agrícola             | 14          | 6.0 %       | 50.9 %      |
| Grupos de Interés Económico (GIE) | 1           | 0.4 %       | 51.3 %      |
| Ninguno                           | 113         | 48.7 %      | 100.0 %     |

La perspectiva económica incluyó al primer, tercer y cuarto principio del comercio justo. La mayoría de encuestados afirma que sí se ofrecen oportunidades justas y equitativas para los productores marginados en su lugar de trabajo siendo el 50.4%. No obstante, un 49.6% destacó que no existen políticas ni programas

específicos para apoyar a estos productores. Sobre la transparencia en las transacciones comerciales y financieras, 119 encuestados concluyeron que sí existe claridad en la negociación y 115 respondieron que los productores y trabajadores reciben información comprensible al discutir las condiciones de contrato y los precios al

vender su Cacao; la escala de Likert que midió los mecanismos de control en los procesos de mejora de comunicación presentó resultados bajos. En lo que respecta a las condiciones laborales, los encuestados aseguran que sí son justas (83.6%), que sí se respetan sus derechos fundamentales como trabajadores (90.5%) y que sí reciben un salario justo en la finca cacaotera (90.5%); la frecuencia de accidentes, enfermedades laborales y visitas al médico son bajas donde existe un alto cumplimiento de las normas de seguridad.

En cuanto a la perspectiva social, se tomó en cuenta el segundo, quinto, sexto, séptimo y octavo principio del comercio justo donde el 91.8% considera que las operaciones y transacciones en la finca sí son transparentes y responsables, el 72.4% está seguro de que no se realiza trabajo infantil, el 91.4% estima que se promueve la igualdad de género y el 79.7% considera que se siguen prácticas comerciales buenas como la promoción del desarrollo sostenible.

La perspectiva ambiental se enfocó en el décimo principio. El 81.9% cree que su finca cumple con los estándares ambientales sostenibles mientras que un 4.7% declara que no; el restante 13.4% no está seguro. En la pregunta sobre si la finca adopta prácticas agrícolas sostenibles para la protección del medio ambiente el 86.6% respondió que afirmativamente, un 2.6% dijo que

no y el 10.8% mencionó no estar seguro. Sobre los tipos de prácticas agrícolas sostenibles, las opciones fueron la agroforestería, el control biológico de plagas y la gestión sostenible del agua, sin embargo, la práctica más empleada fue el uso de fertilizantes orgánicos con un 24.6% mientras que su uso en conjunto con el control biológico de plagas constituyó el 10.3%. Los encuestados también especificaron que la preservación de los bosques, la plantación de árboles sombra entre las plantas de Cacao, la implementación de técnicas de cultivo amigables con el suelo y la elusión de químicos cerca de cuerpos de agua es alta.

Acerca de la perspectiva del desarrollo sostenible, los encuestados afirmaron que el manejo de los residuos generados en la producción del Cacao se utiliza únicamente el compostaje en un 25.0% mientras que el reciclaje de materiales en un 23.3% y la adecuada eliminación de los desechos peligrosos en un 9.5%. En la pregunta sobre el uso de técnicas de riego eficientes para conservar el agua, el 30.6% utiliza el riego por goteo mientras que el 34.5% utilizan el riego tradicional; entre las variaciones de técnicas con menor porcentaje se encontraron la recolección de agua de lluvia (4.7%) y riego subfoliar (3.4%).

Por último, en la perspectiva del emprendimiento, el 68.5% no ha implementado ni ha considerado

implementar algún proyecto de emprendimiento con derivados del Cacao, el 27.2% dijo que aún no lo ha implementado, pero sí considera hacerlo y el 4.3% ya ha implementado un proyecto. En cuanto a los recursos necesarios para iniciar o expandir un proyecto de emprendimiento en la finca, el 30.2% cree que se necesita el financiamiento, un 10.8% la capacitación y formación, siendo estos los más destacados. Sobre la capacitación en

temas de emprendimiento y gestión empresarial relacionados a la producción y comercialización de cacao, el 53.9% no ha recibido, el 41.4% sí ha recibido y el 4.7% no está seguro. Con relación a la existencia de mercados potenciales para los productos innovadores derivados del Cacao en la finca, el 40.9% dice tener un mercado local, el 7.3% un mercado internacional, el 25% no tienen un mercado potencial y el 26.7% no está seguro.

**Tabla 3. Implementación de proyectos en las fincas.**

| Implementación de proyectos | Frecuencias | % del Total | % Acumulado |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Ya se han implementado      | 10          | 4.3 %       | 4.3 %       |
| Se considera implementar    | 63          | 27.2 %      | 31.5 %      |
| Ninguna                     | 159         | 68.5 %      | 100.0 %     |

#### 4. Conclusiones

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede concluir que las producciones científicas han crecido y la diversificación de estas en cuanto a las dimensiones económica, social y ambiental es un precedente para las futuras propuestas investigativas. Los estudios obtenidos en Scopus abordan la influencia que tiene la producción del Cacao en las perspectivas planteadas dando énfasis en la importancia de la ejecución de prácticas sostenibles que contribuyan a un cambio paulatino de los sistemas

de cultivo del Cacao en países como Indonesia, Ghana y Costa de Marfil. Las producciones científicas con respecto a la producción y comercialización sostenible del Cacao han aumentado tanto en la base de datos Dimensions como en Scopus, sin embargo, de acuerdo con Mendoza et al. (2023), las investigaciones de la realidad de los pequeños productores en Ecuador presentan mínimas producciones registradas en aquellas bases por lo que es esencial un estudio continuo local. Los resultados obtenidos en la encuesta a los pequeños productores de

Cacao en Los Ríos y Guayas concluyeron principalmente que las perspectivas presentaron información que podría ayudar a las futuras investigaciones. Es así como, en la perspectiva económica, los encuestados concordaron que se sintieron seguros en cuanto a las negociaciones que realizadas al momento de la producción y venta de Cacao las cuales incluyeron la definición de los precios a pagar entre el productor y sus trabajadores, además de la transacción entre el intermediario y el pequeño productor.

Los precios de la industria cacaotera fueron un punto de partida para el análisis académico de la equidad de pago puesto que la injusticia en la cadena de valor y el poco beneficio monetario hacia el productor se evidenció en investigaciones como el Estudio sobre la Distribución del Valor en las Cadenas Europeas del Chocolate por FAO (2024), el cual reveló que los pequeños productores pueden gozar de beneficios económicos y ayuda por parte del Estado al encontrarse organizados, mientras que aquellos que no pertenecen a ningún grupo se encuentran por debajo del índice de pobreza a pesar de producir en mayor medida el Cacao destinado a la exportación.

En la perspectiva social que el porcentaje de participación de la mujer en la producción y venta del Cacao fue bajo en comparación a los hombres.

Kuhn et al. (2023), mencionó que en la actualidad aún se percibe una diferencia entre los ingresos recibidos en la cadena de suministro del Cacao, específicamente en Ecuador y Uganda, a pesar de la existencia de certificaciones internacionales sostenibles y el apoyo de empresas para la mitigación de la desigualdad de género. Otro punto fundamental fue la relación entre el nivel de educación en las fincas y las estrategias de ingreso a los mercados extranjeros que, según los autores, tuvo influencia en la adopción de tecnologías e incrementa la capacidad productiva y de negociación de los pequeños productores.

En el caso de la muestra en este estudio, la mayor concentración de personas se reflejó en la opción: primaria completa. Acerca de la perspectiva ambiental y del desarrollo sostenible, se concluyó que sí existe un respeto al medio ambiente por parte de los pequeños productores a través del uso de prácticas agrícolas sostenibles como el compostaje de los residuos generados en la producción del Cacao y el riego por goteo en la conservación del agua.

Finalmente, en la perspectiva del emprendimiento, el estudio evidenció poca concentración de ideas emprendedoras en los pequeños agricultores sobre los derivados del Cacao concluyendo que no han pensado en implementar algún proyecto en conjunto

ni están considerándolo. En la historia del país, uno de los emprendimientos más representativos sobre el Cacao es Paccari, marca de chocolates reconocida mundialmente por su calidad y presentación la cuál comenzó siendo un proyecto y que presentó un crecimiento paulatino gracias a las certificaciones internacionales que le permitieron ingresar a grandes mercados como el europeo y estadounidense. (León Cabrera, 2018)



## 5. Referencias bibliográficas

- Araújo-Santos, I., Morante-Filho, J., Oliveira, S., Perez Cabral, J., Rocha-Santos, L., Righetto Cassano, C., . . . Benchimol, M. (2021). Seed rain in cocoa agroforests is induced by eZects of forest loss on frugivorous birds and management intensity. *Agriculture, Ecosystems and Environment*, 313(107380). doi:<https://doi.org/10.1016/j.agee.2021.107380>
- Araya, N., & Correa, F. (2023). Certificaciones empresariales de sostenibilidad en América Latina y el Caribe. Documentos de Proyectos (LC/TS.2023/49), Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Santiago.
- Centro de Fomento de las Importaciones de los Países en Desarrollo (CIB). (10 de Julio de 2024). What requirements must cocoa beans comply with to be allowed on the European market? Obtenido de CIB: <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa/buyer-requirements>
- Durán Salazar, G. M., Salazar Soledispa, V. B., & Meza Clark, T. (2016). Estrategias de Trazabilidad para la Exportación de Cacao. *Publicando*, 3(8), 375-389. FAO. (2024). Comparative study on the distribution of value in European chocolate chains. 20. Roma, Italia: FAO.
- Ingram, V., Van Rijn, F., Waarts, Y., & Gilhuis, H. (2018). he Impacts of Cocoa Sustainability Initiatives in West Africa. *Sustainability*, 10(11), 4249.
- Keisling, K. (2013). La Realidad de Comercio Justo: una Investigación de las Fallas y los éxitos del Sistema en el Valle de la Convención, Perú, desde la Perspectiva de los Productores. Independent Study Project (ISP) Collection.
- Kuhn, M., Tennhardt, L., & Lazzarini, G. (2023). Gender Inequality in the Cocoa Supply Chain: Evidence from Smallholder Production in Ecuador and Uganda. *World Development Sustainability*, 2, 100034.
- León Cabrera, J. M. (12 de Agosto de 2018). Santiago Peralta, el chocolatero moral. Obtenido de The New York Times: <https://www.nytimes.com/es/2018/08/12/espanol/santiago-peralta-el-chocolatero-moral.html>
- Licea de Arenas, J., & Santillán Rivero, E. G. (2002). Bibliometría ¿para qué? Biblioteca universitaria, 5(1), 3-10.
- Maeder, M., Thomas, E., Villar, G., Ramirez, M., Fünfgeld, H., & Oberlack, C. (2024). Tackling Gender Inequality in Community-Based Organizations: The Contribution of Cacao Cooperatives to Environmental Justice for Women in Peru. *International Journal of the Commons*, 18(1), 112-130. doi:<https://doi.org/10.5334/ijc.1276>
- Mendoza Avilés, H., Amézaga Toledo, H. D., Reyes Sánchez, D., & Villegas Mena, K. D. (2023). Mercado Sostenible: Revisión del Estado del Arte en la Cadena de Valor de la Producción Exportable del Cacao Ecuatoriano [Sesión de Congreso]. V Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas. Guayaquil, Ecuador.
- Parada-Gutiérrez, O., & Veloz-Cordero, R. L. (2021). Análisis socioeconómico de productores de cacao, localidad Guabito, provincia Los Ríos, Ecuador. *Ciencias Holguín*, 27(1), 1-17. Retrieved from <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181565709001>
- Pro Ecuador. (2013). Guía de Certificaciones Internacionales. Obtenido de <https://issuu.com/pro-ecuador/docs/guiacertificacionesh>
- Ruf, F., Kone, S., & Bebo, B. (2019). Le boom de l'anacarde en Côte d'Ivoire : transition écologique et sociale des systèmes à base de coton et de cacao. *Cahiers Agricultures*, 28(21), 12.
- UNFSS. (2022). Voluntary Sustainability Standards, Sustainability Agenda and Developing Countries: Opportunities and Challenges. United Nations Forum on Sustainability Standards. Obtenido de [https://unfss.org/wp-content/uploads/2022/10/UNFSS-5th-Report\\_14Oct2022\\_rev.pdf](https://unfss.org/wp-content/uploads/2022/10/UNFSS-5th-Report_14Oct2022_rev.pdf)

## GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS, POLÍTICAS PÚBLICAS Y LA MITIGACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN DEL RÍO DAULE, AÑO 2024

### INTEGRAL MANAGEMENT OF SOLID WASTE, PUBLIC POLICIES AND THE MITIGATION OF POLLUTION OF THE DAULE RIVER, YEAR 2024

**Luis Gerardo Santillán López, Eber Gines Tafur**  
*Universidad Nacional de Tumbes*

#### Resumen

La investigación plantea como objetivo general, determinar la implicancia de la gestión integral de residuos sólidos y políticas públicas es significativa en mitigar la contaminación del río Daule, Provincia del Guayas-Ecuador, 2024. Se utilizan 4 herramientas tecnológicas y un cuestionario adaptado de 104 ítems, la base de datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC del año 2018-2022, normativas y documentos relacionados, por último, para los datos primarios una muestra 383 profesionales pertenecientes a 13 cantones situados en la cuenca del margen derecho del río Daule. Organizando el trabajo en tres fases. Primero se analizó normativas, documentos y cartografía, investigación documental, en segundo lugar, se analizó la base de datos del INEC, investigación descriptiva y, por último, sobre los datos recolectados en los 13 cantones, investigación descriptiva correlacional y de análisis confirmatorio con ecuaciones estructurales, SPSS IBM amos, para el modelaje gráfico. Con enfoques cualitativo y cuantitativo, se aplicó correlación de Pearson, descriptivamente se obtuvieron bajas relaciones positivas asociativas entre las variables, gestión integral de residuos sólidos, políticas públicas y contaminación ambiental, posteriormente los análisis confirmatorios a través de los modelos gráficos, revelaron en un análisis y modelaje trivariado final, que la variable gestión integral de residuos sólidos, no posee efectos causales sobre contaminación ambiental, más bien es negativa y por ende de relación inversa. Por último, se observó que la variable políticas públicas no es solo moderadora, mostró atributos de mediación y moderación sobre la gestión integral de residuos sólidos.

Palabras clave: Residuos y desechos sólidos, políticas públicas, contaminación ambiental, patrimonio hídrico

#### Abstract

The general objective of the research is to determine the implication of the comprehensive management of solid waste and public policies that are significant in mitigating the contamination of the Daule River, Guayas Province-Ecuador, 2024. 4 technological tools and an adapted questionnaire of 104 items are used. , the database of the National Institute of Statistics and Census INEC for the year 2018-2022, regulations and related documents, finally, for the primary data, a sample of 383 professionals belonging to 13 cantons located in the basin of the right bank of the Daule River. Organizing the work in three phases. First, regulations, documents and cartography, documentary research were analyzed, secondly, the INEC database was analyzed, descriptive research and, finally, on the data collected in the 13 cantons, descriptive correlational research and confirmatory analysis with equations structural, SPSS IBM amos, for graphic modeling. With qualitative and quantitative approaches, Pearson correlation was applied, descriptively low positive associative relationships were obtained between the variables, comprehensive solid waste management, public policies and environmental pollution, subsequently confirmatory analyzes through graphic models revealed in an analysis and final trivariate modeling, that the variable comprehensive solid waste management does not have causal effects on environmental pollution, rather it is negative and therefore has an inverse relationship. Finally, it was observed that the public policy variable is not only a moderator, it showed attributes of mediation and moderation on the comprehensive management of solid waste.

Keywords: Waste and solid waste, public policies, environmental pollution, water heritage



## Introducción

Describiendo la situación problemática, revisamos lo redactado por Ibáñez, Arcos y Tejedor (2021):

Los residuos sólidos urbanos ... provocan grandes impactos ambientales, entre ellos la contaminación de suelo, aire y agua superficial y subterránea, el manejo de los mismos ha representado un problema debido, entre otras cosas, a los altos volúmenes que son generados por los ciudadanos. (p. 189)

En el Ecuador la responsabilidad exclusiva de la gestión integral de los residuos sólidos se encuentra en manos de los gobiernos autónomos descentralizados municipales, de acuerdo a la "Constitución de la República del Ecuador y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad)" (Consejo Nacional de Competencias, 2019, p. 10).

Por otro lado, "la definición de la política pública nacional le corresponde a la función Ejecutiva, dentro del ámbito de sus competencias" (Código orgánico de planificación y finanzas públicas, Art. 15, 2010, p. 8), políticas con enfoque territorial que deberán constar en el Plan Nacional de Desarrollo.

La inadecuada gestión integral de los residuos sólidos, junto a la falta de políticas públicas medio ambientales

que organicen a todos los actores de la sociedad estableciendo objetivos, metas y actividades alcanzables, medibles y financiadas, pone en riesgo la seguridad hídrica en cuanto a la calidad del agua, para este estudio la del río Daule.

Objetivamente esta investigación evalúa la implicancia de la gestión integral de residuos sólidos GIRS, políticas públicas PP y la mitigación de contaminación CA del río Daule, en las poblaciones que posee ribera con éste y se encuentran situadas en el margen derecho del río, dentro de la Provincia del Guayas, territorio de la República del Ecuador.

Como fundamento teórico relevante se puede emplear lo redactado por Baquerizo, Acuña y Solis-Castro (2019):

La contaminación de las aguas tiene importancia, ya que va a influir directamente en la salud del hombre, de la flora y fauna y del ecosistema, siendo necesario la aplicación de políticas públicas de los gobiernos sectoriales para que garanticen el cuidado y la calidad de este ambiente como patrimonio de la humanidad. (p. 1)

La gestión integral de residuos sólidos es un tema de creciente importancia en el ámbito mundial debido a su impacto en la salud humana, el medio ambiente y la economía (Estrada, Acuña, Austin y Charris, 2023). Adicionalmente, la Agencia Francesa de Desarrollo, la ONG

The Nature Conservancy (TNC) y el Fondo de Agua de Guayaquil (Fondagua) informan que más de 4 millones de habitantes se benefician del recurso hídrico proveniente del Río Daule (Agencia Francesa de Desarrollo, 2020).

Para la presente investigación para la variable GIRS se utilizó una adaptación entre (Argüello, 2023) y el (Reglamento al Código Orgánico del Ambiente, 2019) en el Ecuador con las siguientes dimensiones: (a) Modelo de gestión, (b) generación y separación en la fuente, (c) almacenamiento temporal, (d) barrido y limpieza, (e) recolección, (f) transporte, (g) acopio y/o transferencia, (h) aprovechamiento, (i) tratamiento y (j) disposición final.

Según Alcocer Quinteros, Knudsen González, Marreno Delgado y Miranda Casanova (2020) existen decenas de trabajos sobre la gestión integral de residuos en los que se plantean modelos de orden administrativo, con el fin de mejorar este aspecto, mientras que, en una investigación del año 2020, la comunidad estudiada mantiene su percepción de contaminación del agua en un 12% (Ordoñez y Ochoa, 2020) en la ciudad de Loja, Ecuador. Conociendo de antemano que el modelo de gestión determinará la eficiencia y eficacia del manejo de los residuos sólidos dentro del ordenamiento territorial jurídico definido, sin embargo, no es suficiente, ante el aprovechamiento al máximo y

las cero contaminaciones, no obtenidos hasta hoy de ellos, en detrimento del patrimonio hídrico.

Generación y separación en la fuente, es un punto destacable internacionalmente (Sáez y Urdaneta, 2014), comprendiendo que la generación de residuos sólidos, pueden ser de naturaleza química, biológica y física, sin embargo, para este estudio los dividimos en peligros y no peligrosos; los no peligrosos, se producen en los domicilios urbanos y rurales, en mercados como los vegetales (El Universo, 2024), en negocios y todo tipo de organización, principalmente son de naturaleza química, orgánicos e inorgánicos.

Destacamos los peligrosos, que se producen en instituciones del sistema de salud del área estudiada, laboratorios y ciertas organizaciones que manipulan metales como plata, arsénico, bario, boro, berilio, calcio, cadmio, cobalto, cromo, cobre, mercurio, hierro, manganeso, molibdeno, magnesio, níquel, plomo, selenio, estaño y cinc entre otros (Fernandez-Turiel, Llorens, López, Cabañas y Querol, 1995), mientras que en sustancias peligrosas, tenemos los cloruros, sulfatos, nitratos, carbonatos, además de los naturaleza biológica por organismos patógenos. El alto nivel de cadmio, níquel y plomo, encontrados en diversos productos agrícolas cosechados es alarmante (Zapata, 2024).

Sin olvidarnos del micro plástico (El Universo, 2024). El almacenamiento temporal, es uno de los pasos más relevantes en la gestión integral de los residuos sólidos, debido a que se trata de un depósito o lugar de hacinamiento de los residuos y desechos sólidos (Mora y Molina, 2017), que debería durar pocas horas, hasta ser recogidos por los recolectores, este varía de ciudad a ciudad y de país a país, ya sea por un lugar que permita mantener la clasificación y separación de residuos y desechos sólidos, y a la vez mantenga las seguridades en sanidad o salubridad, con tecnología de punta para este paso (Tineo y Valiente, 2022), o simplemente lugares temporales en un área plana sin ninguna seguridad para la salud pública. Esto requiere inversión municipal e infraestructura fija, más limpieza y desinfección permanente del lugar temporal, con el fin de coadyuvar en mitigar la contaminación ambiental (García, Socorro y Maldonado, 2019).

A la vez, no todos estos sitios de almacenamiento temporal, poseen perímetros de seguridad, además de estar organizados de acuerdo a criterios demográficos del lugar. Se debe resolver como se los traslada de los domicilios a estos lugares temporales, por lo pronto lo hacen las personas con sus manos. El barrido y limpieza de bordillos, calles, carreteras, parques y todo tipo de área pública (Rossell, Mejía y Jamett, 2022), exige recursos humanos con trabajo

pedestre y equipamiento especializado para dichas tareas (Tizziani, 2022), incluido vehículos barredoras viales, que debería estar directamente administrados y operados por gestión municipal (Espinoza-Quispe, Marreno-Saucedo y Hinojosa-Benavid, 2020), se debe ampliar a las riberas de ríos y rivera de todo espejo de agua natural, ya que se afecta el patrimonio hídrico.

La recolección o el recojo se realiza en los sitios temporales domiciliarios y en los puntos de hacinamiento del barrido de calles (Forero, Parra y Monroy, 2021), en la mayoría de ciudades no se utilizar tecnología con el fin de mantener la separación y clasificación de los residuos. Las rutas, calendario y horario son fundamentales para el éxito de la operación (Albújar, Medina y Castro, 2024).

Para realizar la recolección y en la diversidad del tipo de transporte a utilizar, se puede mencionar, que en la mayoría de países hispanos parlantes hacen uso de vehículos no adecuados como volquetas, un siglo utilizando los mismos vehículos y métodos, contaminando suelo, aire y agua (Gamboa, Pinto, Gutiérrez y Ramírez, 2022), requiriéndose cambiar la flota íntegra de la mayoría de ciudades por vehículos con tecnología de punta (Rodríguez-Díaz, Díaz-Mendoza, Pasqualino y Bahamón-Restrepo, 2023), que nos permita evitar la

contaminación y mantener la cadena de separación o clasificación de los residuos, en los medios terrestres como fluviales y marítimos.

Mientras que hablar de acopio y/o transferencia, significa reconocer que, aunque existe una primera acumulación al pie o cercano a los domicilios, existe otro punto intermedio al que llegan a depositar los residuos los vehículos recolectores más pequeños, desde los que se descargan para la transferencia de los residuos sólidos, a través de vehículos de mayor tamaño, en toneladas (Albújar, Medina y Castro, 2024). Muchos de estos lugares, poseen un trabajo intenso desarrollado por personas, preocupando la salud ocupacional de ellos (Mastrangelo y Schamber, 2019).

Estos sitios deberían mantener y permitir la clasificación o separación de los residuos, además poseer equipos y tecnología para el aprovechamiento o tratamiento de los residuos o desechos sólidos (Díaz y Bocanegra, 2020) y su valoración (Paredes-Ballena, Valiente-Saldaña y Díaz-Valiente, 2023).

El aprovechamiento de los residuos sólidos se muestra totalmente deficiente según Herrera-Uchalin, Valiente-Saldaña, Garibay-Castillo y Herrera-Cherres (2023) más aún cuando los municipios no poseen plantas propias para procesar los residuos y desechos

sólidos, falta de estrategias integrales (Jiménez, 2017) o equipos electrónicos desechados (Hernandez, Pereira y Chiquito, 2024), además de señalar que el primer interés es el de recoger los residuos y depositarlos en su sitio final, promoviendo la contaminación de áreas urbanas, del suelo dedicado a la agricultura, el pastoreo y de los ríos (Moretti- Villegas y Valiente-Saldaña, 2023).

De acuerdo a Saldivar de Salinas, Villar, Valleau y Barrios-Leiva (2021), mencionan la falta de formalidad y conocimiento del tratamiento de los residuos y desechos sólidos, ante la ausencia de este y al observarlos a simple vista en el agua, también en el suelo (Pérez y Rodríguez, 2022), se ratifica que éstos, promueve la proliferación de vectores y nematodos que afectan la salud pública, además de lixiviados y biogases contaminantes (Raza-Carrillo y Acosta, 2022). Lo ideal sería que regresen a ser utilizados por procesos productivos, regresando a la fase de aprovechamiento.

Con respecto a la disposición final de los residuos y desechos sólidos, para el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2023) en el Ecuador se acepta y se mide la existencia de tres tipos de sitios de disposición final, relleno sanitario, celda emergente y botadero, sin embargo es importante puntualizar que los rellenos sanitarios en Ecuador

no poseen infraestructura para el aprovechamiento de los lixiviados o el biogás, tampoco posee sistemas de producción limpia de energía eléctrica. Y antes de esto, los municipios (Mora y Molina, 2017), no poseen sus propias plantas de reciclaje o aprovechamiento y tratamiento de los residuos y desechos sólidos, varios estudios revisan la problemática internacionalmente (Herrera-Uchalin et al., 2023).

La falta de políticas públicas viables, prácticas, técnicas y ambientales (Raza-Carrillo y Acosta, 2022), evita una gestión adecuada e integral de los residuos sólidos, afectando el acceso al agua de calidad, obteniendo acumulación de estos en las riberas del río Daule (El Universo, 2024), además de contaminar el agua del subsuelo, y por ende el ecosistema hídrico, aún con estudios precedentes como los de Huayamave (2013) y sin soluciones a la fecha.

Los esfuerzos internacionales y nacionales en el manejo integral de los residuos sólidos son temas de interés de organizaciones públicas y privadas, además de la comunidad, dicha articulación de la mayoría de países se encuentra en manos de los municipios, gobiernos autónomos descentralizados y organizaciones públicas administradoras de ciudades (Herrera-Uchalin et al., 2023), quienes deben actuar bajo el paraguas de las

políticas públicas, confrontadas y hasta hoy inadecuadas (Secretaría Nacional de Planificación, 2021), más aun cuando estas deben precautelar la salud de la población y la preservación del medio ambiente.

Las políticas públicas son el primer pilar de desarrollo para un país, para el caso del Ecuador tanto el gobierno central como los autónomos descentralizados requieren trabajar de forma coordinada (Secretaría Nacional de Planificación, 2021), actuando como variable mediadora entre la gestión integral de los residuos sólidos y la contaminación ambiental del río Daule, las políticas públicas son esenciales en la gobernanza de los recursos hídricos (Espinoza y Zambrano, 2023).

Sin embargo, se requiere una comprensión más profunda de cómo estas políticas pueden influir en la eficacia de las medidas de gestión de residuos (Oviedo, 2022) y en la calidad del agua en la región. La creación e implementación de políticas públicas efectivas puede abonar en la reducción de la contaminación del aire, la tierra y el agua, en este caso el recurso hídrico natural del río Daule (García y Padilla, 2015).

El constructo políticas públicas según Zambrano, Goyas y Serrano (2018) para la presente investigación se constituye a través de las siguientes dimensiones:

Definición del problema, (b) Formulación/ Diseño, (c) Implementación, (d) Evaluación/seguimiento. Y el constructo contaminación ambiental según Cadenas-Martínez, Parrales-Baque y Osejos- Merino (2019) como puntual o localizada y no puntual o no localizada.

### Metodología

La investigación plantea como objetivo general, determinar la implicancia de la gestión integral de residuos sólidos y políticas públicas es significativa en mitigar la contaminación del río Daule, Provincia del Guayas-Ecuador, 2024.

Mientras que los objetivos específicos de la investigación son: (a) Determinar que la implicancia de la gestión integral de residuos sólidos es significativa en mitigar la contaminación del río Daule, Provincia del Guayas-Ecuador, 2024. (b) Determinar la implicancia de las políticas públicas es significativa en mitigar la contaminación del río Daule, Provincia del Guayas-Ecuador, 2024, y (c) Determinar que la relación entre la gestión integral de residuos sólidos y las políticas públicas es significativa en mitigar la contaminación del río Daule, Provincia del Guayas-Ecuador, 2024.

El carácter de esta investigación se presenta como interdisciplinaria con el fin de integrar los aspectos relevantes del conocimiento (Alvarez y Montesi, 2020), como las ciencias ambientales,

las ciencias políticas, las ciencias económicas y otras, para debatir y actuar sobre la compleja problemática de la gestión integral de los residuos sólidos y la contaminación del agua en el río Daule (El Universo, 2022). Además, se requiere la elaboración y puesta en práctica de políticas públicas basadas en la evaluación de datos y evidencia científica a partir de las existentes, que permitan establecer la eficacia de las políticas públicas (Chaverri y Arguedas, 2020), dando paso a la corrección, mejora, adaptación o eliminación de las existentes y creación de nuevas.

Se toma uno de los componentes, definidos como factores o elementos determinantes en la problemática ambiental, detectados a través del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (Andrade y Navarrete, 2004), "ausencia de tratamiento y disposición final adecuados de residuos líquidos y sólidos" (p. 35). Investigación descriptiva interdisciplinaria (Sampieri et al., 2014) con enfoque cuantitativo, adicionalmente cualitativo por la necesidad de revisar el fenómeno y hechos registrados históricamente; mostrando un proceso deductivo al emplear el enfoque teórico del neo institucionalismo económico (Angarita, 2018). Además, se trata de un estudio correlacional predictivo, utilizando los indicadores de una variable como predictores y los de la segunda variable como criterios. Mientras que



la hipótesis general es conceptual y las específicas son operacionales. El objeto de estudio es el río Daule, mientras que su población debido a las implicaciones y requerimientos del estudio se la obtiene de 13 cantones de la Provincia del Guayas que poseen ribera con el río, realizada sobre 158.910 personas con educación de pre grado. Aplicando muestro probabilístico de una población finita con un nivel de confianza del 95%

y un error del 5%, asignando el 50% a "p" y "q", obtenemos una muestra de 383 individuos. Siguiendo el muestro probabilístico finito y una restricción para el ajuste obtenemos la Tabla 1. En dicha Tabla encontramos la descripción de la ubicación de los sujetos de estudio que constituyen el área de estudio. La misma informa que el mínimo de sujetos de estudio por cantón es de 3 personas.

**Tabla 1. Sujetos de estudio por cantón**

| Cantón               | Ubicación del sujeto |       |
|----------------------|----------------------|-------|
|                      | N                    | %     |
| Guayaquil            | 302                  | 78,9% |
| Daule                | 25                   | 6,5%  |
| Samborondón          | 11                   | 2,9%  |
| El Empalme           | 9                    | 2,3%  |
| Salitre              | 7                    | 1,8%  |
| Pedro Carbo          | 6                    | 1,6%  |
| Santa Lucía          | 5                    | 1,3%  |
| Colimes              | 3                    | 0,8%  |
| Nobol                | 3                    | 0,8%  |
| Palestina            | 3                    | 0,8%  |
| Isidro Ayora         | 3                    | 0,8%  |
| Balzar               | 3                    | 0,8%  |
| Lomas de Sargentillo | 3                    | 0,8%  |

En el análisis de las hipótesis específicas planteamos relaciones bivariadas, adicionalmente para la investigación obtenemos un modelo trivariado de ecuaciones estructurales. Se presentan las siguientes hipótesis en el desarrollo de la investigación: Hipótesis general:

La implicancia de la gestión integral de residuos sólidos y políticas públicas es significativa en mitigar la contaminación del río Daule, Provincia del Guayas-Ecuador, 2024. Hipótesis específicas: (a) La implicancia de la gestión integral de residuos sólidos es significativa en

mitigar la contaminación del río Daule, Provincia del Guayas-Ecuador, 2024, (b) La implicancia de las políticas públicas es significativa en mitigar la contaminación del río Daule, Provincia del Guayas-Ecuador, 2024, y (c) La relación entre la gestión integral de residuos sólidos y las políticas públicas es significativa en mitigar la contaminación del río Daule, Provincia del Guayas-Ecuador, 2024.

### Materiales y Métodos

Se aplica principalmente el método baconiano y cartesiano, mientras que el método inductivo se presenta al analizar fenómenos particulares que nos permita producir conocimiento general, se incluye el método analítico por la descomposición del fenómeno en elementos constitutivos. Por último, el enfoque cuantitativo correlacional predictivo y modalidad descriptiva permite la aplicación de una encuesta.

Procedimiento se divide en tres fases: (a) Investigación (análisis) documental por los datos secundarios y cartográfico, (b) El análisis estadístico descriptivo sobre la big data del INEC del año 2018 al año 2022 de la gestión integral de residuos sólidos municipales, y (c) la aplicación de un cuestionario adaptado por los datos primarios, para el análisis estadístico inferencial, además de un análisis de ecuaciones estructurales para la construcción de modelos principalmente. En el presente trabajo se muestra resultados del literal (b)

y (c) parciales. Como instrumentos se utilizan herramientas de Microsoft OZice®, el IBM Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), IBM SPSS Amos, Google Earth y ArcGIS para el tratamiento de los datos cuantitativos, estadísticos requeridos y cartográficos necesarios. Como materiales se utiliza bibliografía nacional e internacional, investigaciones, documentos oficiales, cartografía oficial y bases de datos públicas.

### Procesamiento

El procesamiento y análisis de los datos cualitativos fue: (a) Descripción de datos a través de la narrativa, tablas y esquemas, (b) Asignación de valores obtenidos de las mediciones, y (c) Análisis de los datos que permitieron la modelación final. El procesamiento de los datos cuantitativos fue: (a) Descripción de los datos utilizando figuras y tablas, (b) Asignación de valores y puntuaciones estadísticas, y (c) Comprobación de hipótesis aplicando el coeficiente de correlación de Pearson y un análisis de factorial confirmatorio trivariado.

### Resultados

En el análisis estadístico descriptivo, se obtuvo entre sus hallazgos que del año 2018 al año 2022, 13 municipios en estudio han empleado como sitios de disposición final de residuos y desechos sólido, los observados en la Tabla 2.

**Tabla 2. Sitio de disposición final de los residuos y desechos sólidos**

| Municipio             | Años de disposición final - sitio principal |                 |           | Total     |
|-----------------------|---------------------------------------------|-----------------|-----------|-----------|
|                       | Relleno sanitario                           | Celda emergente | Botadero  |           |
| Guayaquil             | 5                                           | 0               | 0         | 5         |
| Daule                 | 2                                           | 3               | 0         | 5         |
| Samborondón           | 5                                           | 0               | 0         | 5         |
| El Empalme            | 0                                           | 5               | 0         | 5         |
| Salitre (Urbina Jado) | 0                                           | 0               | 5         | 5         |
| Balzar                | 5                                           | 0               | 0         | 5         |
| Pedro Carbo           | 0                                           | 5               | 0         | 5         |
| Santa Lucía           | 0                                           | 0               | 5         | 5         |
| Colimes               | 0                                           | 0               | 5         | 5         |
| Nobol                 | 0                                           | 5               | 0         | 5         |
| Lomas de Sargentillo  | 0                                           | 0               | 5         | 5         |
| Palestina             | 0                                           | 0               | 5         | 5         |
| Isidro Ayora          | 0                                           | 0               | 5         | 5         |
| <b>Total</b>          | <b>17</b>                                   | <b>18</b>       | <b>30</b> | <b>65</b> |

Se destaca que solo tres municipios poseen un lugar con mínimas características técnicas para su disposición final y un municipio apenas 2 años, inevitablemente lo que vamos a obtener lo observamos en la Figura 1. Es importante mencionar que el aprovechamiento es mínimo a nivel artesanal, individual, asociado o

comunitario, ya que participan personas sin ningún tipo de protección para su salud, recolectando plástico desechable como botellas, además de cartón y papel, principalmente. La Figura 1 muestra gráficamente una ausencia de una eficaz y eficiente gestión de aprovechamiento y tratamiento de los residuos sólidos y sus derivados

**Figura 1. Botadero – Sitio de disposición final de residuos o desechos sólidos**



Para el análisis estadístico inferencial bivariado se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson, con el fin de evaluar el grado de relación entre variables lineales y no monótonas.

Prueba de la primera hipótesis específica: "La implicancia de la gestión integral de residuos sólidos es significativa en mitigar la contaminación del río Daule, Provincia del Guayas-Ecuador, 2024".

**Figura 2. Diagrama de dispersión simple de los constructos GIRS y CA**

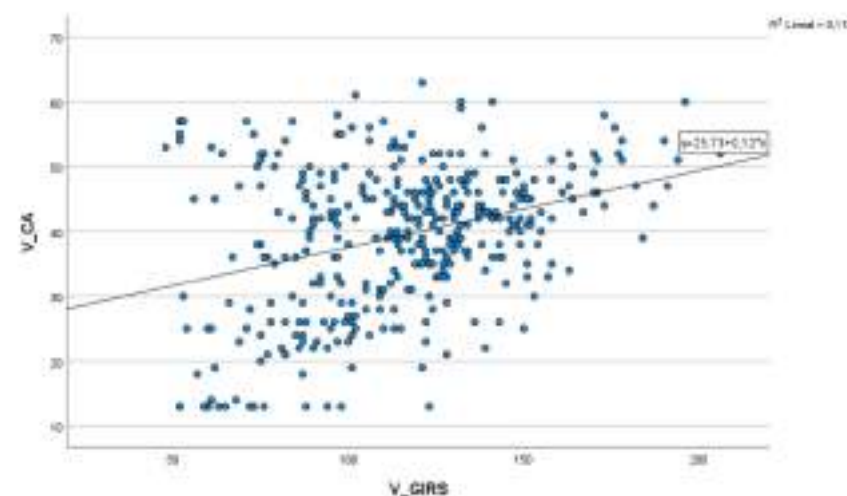


Tabla 3. Correlación de Pearson entre los constructos GIRS y CA

|        |                        | V_GIRS | V_CA   |
|--------|------------------------|--------|--------|
| V_GIRS | Correlación de Pearson | 1      | ,334** |
|        | Sig. (bilateral)       |        | ,000   |
|        | N                      | 383    | 383    |
| V_CA   | Correlación de Pearson | ,334** | 1      |
|        | Sig. (bilateral)       | ,000   |        |
|        | N                      | 383    | 383    |

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La Figura 2 y la Tabla 3, informan que en 383 sujetos el coeficiente de relación de Pearson es  $r=0,334$ , con una significancia bilateral positiva de  $0,000 < 0,01$ ; estadísticamente demuestra que existe una correlación baja entre la variable de gestión integral de residuosm

sólidos y la variable contaminación ambiental. Prueba de la segunda hipótesis específica: "La implicancia de las políticas públicas es significativa en mitigar la contaminación del río Daule, Provincia del Guayas Ecuador, 2024".

Figura 3. Diagrama de dispersión simple de los constructos PP y CA

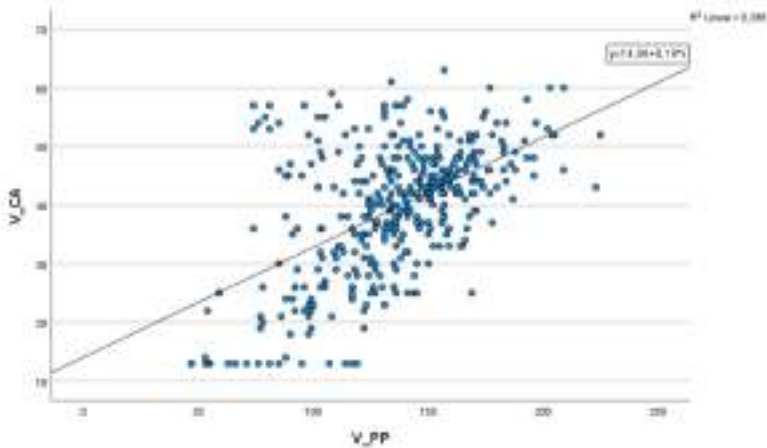


Tabla 4. Correlación de Pearson entre los constructos PP y CA

|      |                        | V_PP   | V_CA   |
|------|------------------------|--------|--------|
| V_PP | Correlación de Pearson | 1      | ,536** |
|      | Sig. (bilateral)       |        | ,000   |
|      | N                      | 383    | 383    |
| V_CA | Correlación de Pearson | ,536** | 1      |
|      | Sig. (bilateral)       | ,000   |        |
|      | N                      | 383    | 383    |

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La Figura 3 y la Tabla 4, en 383 sujetos muestran que el coeficiente de relación de Pearson es  $r=0,536$ , con una significancia bilateral positiva de  $0,000 < 0,01$ ; estadísticamente demuestra que existe una correlación moderada entre la variable de gestión integral de residuos

sólidos y la variable contaminación ambiental. Prueba de la tercera hipótesis específica: "La relación entre la gestión integral de residuos sólidos y las políticas públicas es significativa en mitigar la contaminación del río Daule, Provincia del Guayas-Ecuador, 2024".

Figura 4. Diagrama de dispersión simple de los constructos GIRSPP y CA

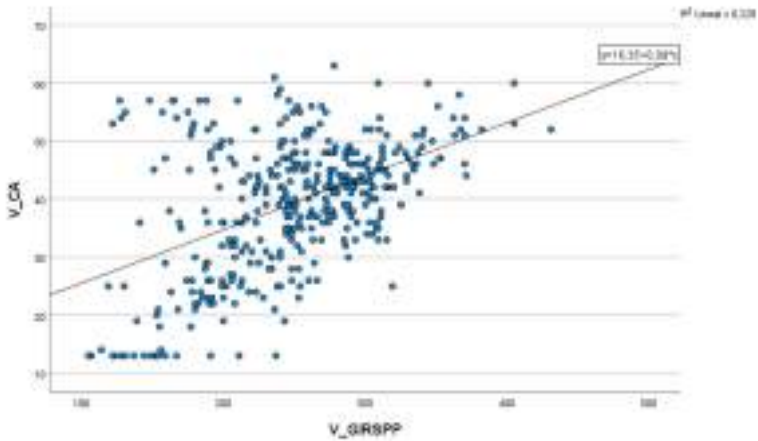


**Tabla 5. Correlación de Pearson entre los constructos GIRSPP y CA**

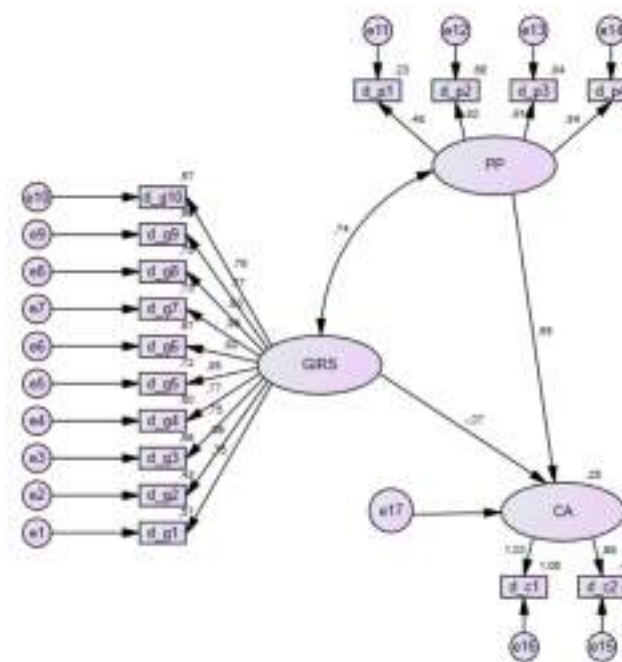
|          |                        | V_GIRSPP | V_CA   |
|----------|------------------------|----------|--------|
| V_GIRSPP | Correlación de Pearson | 1        | ,478** |
|          | Sig. (bilateral)       |          | ,000   |
|          | N                      | 383      | 383    |
| V_CA     | Correlación de Pearson | ,478**   | 1      |
|          | Sig. (bilateral)       | ,000     |        |
|          | N                      | 383      | 383    |

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La Figura 4 y la Tabla 5, en 383 sujetos se observa que el coeficiente de relación de Pearson es  $r=0,478$ , con una significancia bilateral y positiva de  $0,000 < 0,01$ ; estadísticamente demuestra que existe una asociación correlación moderada entre la variable unificada de gestión integral de residuos sólidos y políticas públicas y la variable dependiente contaminación ambiental. Los tres análisis están relacionadas a las hipótesis específicas propuestas, asumiendo estudios bivariados, en el tercero se tomó como variable independiente un solo constructo

fusionando la gestión integral de residuos sólidos con políticas públicas. En el siguiente análisis, considerando la hipótesis general procedemos a formular un arreglo trivariado haciendo uso de las dimensiones de las variables de estudio, en un análisis confirmatorio de ecuaciones estructurales. Para el que tenemos como variable independiente a la gestión integral de residuos sólidos, en un inicio asumimos a la variable políticas públicas como una variable independiente moderadora y por último la variable dependiente contaminación ambiental.

**Figura 5. Modelo trivariado GIRS-PP-CA por dimensiones**



Nota: d\_gn = 10 dimensiones de gestión integral de residuos sólidos; d\_pn = 4 dimensiones de políticas públicas; d\_cn = 2 dimensiones de contaminación ambiental.

**Tabla 6. RMSEA GIRS-PP-CA por dimensiones (modelo trivariado)**

| Model              | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model      | ,093  | ,084  | ,102  | ,000   |
| Independence model | ,307  | ,300  | ,315  | ,000   |



**Tabla 7. Baseline Comparisons GIRS-PP-CA por dimensiones (m. trivariado)**

| Model              | NFI<br>Delta1 | RFI<br>rho1 | IFI<br>Delta2 | TLI<br>rho2 | CFI   |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model      | ,902          | ,883        | ,923          | ,908        | ,922  |
| Saturated model    | 1,000         |             | 1,000         |             | 1,000 |
| Independence model | ,000          | ,000        | ,000          | ,000        | ,000  |

**Tabla 8. CMIN GIRS-PP-CA por ítems (modelo trivariado)**

| Model              | NPAR | CMIN     | DF  | P    | CMIN/DF |
|--------------------|------|----------|-----|------|---------|
| Default model      | 51   | 436,619  | 101 | ,000 | 4,323   |
| Saturated model    | 152  | ,000     | 0   |      |         |
| Independence model | 32   | 4449,400 | 120 | ,000 | 37,078  |

En la Figura 5 se observa el modelo y de la Tabla 6 a la Tabla 8, se muestra un CFI de 0,922 demostrando que se trata de un modelo bueno y robusto, mientras que el error de aproximación RMSEA de 0,093 al estar fuera de rango se considera el modelo como no aceptable, y posteriormente el CMIN/DF de 4,323, establece que el modelo es aceptable.

Se obtienen dos indicadores favorables de tres revisados. El modelo del análisis factorial confirmatorio trivariado, se muestra que la variable gestión integral de residuos sólidos no posee efectos causales sobre contaminación ambiental y más bien su relación es negativa e inversa.

### CONCLUSIONES

Entre la gestión integral de residuos sólidos y la contaminación ambiental, los sujetos del estudio mostraron mayor

interés en la recolección domiciliaria y que los residuos y desechos sean trasladados a un sitio de disposición final lejano. Y con mayor interés en la contaminación localizado y menos en la no localizada. Se obtuvo una correlación de Pearson de 0,334 y una significancia bilateral positiva de  $0,000 < 0,01$ ; estadísticamente existe una correlación muy baja entre gestión integral de residuos sólidos y contaminación ambiental, con una proyección lineal y ascendente en el mismo sentido. En el análisis factorial confirmatorio adicional a nivel de ítems su RMSEA es de 0,077 aceptable, CFI de 0,744 no aceptable y CMIN/DF de 3,248 aceptable. Entre las políticas públicas y la contaminación ambiental, los sujetos de estudio resaltan la necesidad de que las políticas públicas se deben centran en el problema, en este caso contaminación

ambiental, algo que no sucede, mientras que las organizaciones del Estado no siguen una guía o estructura técnica que permita construir las políticas públicas, comprobando que se construyen considerando la salud pública y no la salud del río Daule.

Se obtuvo una correlación de Pearson de 0,536 y una significancia bilateral positiva de  $0,000 < 0,01$ ; estadísticamente se observó una correlación baja entre políticas públicas y contaminación ambiental, con una proyección lineal y ascendente en el mismo sentido. En el análisis factorial confirmatorio adicional a nivel de ítems su RMSEA es de 0,091 no aceptable, CFI de 0,638 no aceptable y CMIN/DF de 4,193 aceptable.

En el tercer análisis bivariado, se evaluó como un solo constructo a la gestión integral de residuos sólidos y políticas públicas, como variable independiente, contaminación ambiental como variable independiente, se obtuvo una correlación de Pearson de 0,478 y una significancia bilatera positiva de  $0,000 < 0,01$ , una correlación baja entre gestión integral de residuos sólidos y políticas públicas y contaminación ambiental, con una proyección lineal y ascendente en el mismo sentido. En el análisis bivariado de modelación confirmatorio a nivel de ítems se obtuvo un RMSEA de 0,076 aceptable, CFI de 0,565 no aceptable y CMIN/DF de 3,212 aceptable. Adicionalmente en la búsqueda de un

modelo más óptimo, se realizó un análisis trivariado de modelación confirmatorio a nivel de ítems obteniendo un RMSEA de 0,068 aceptable, CFI de 0,654 no aceptable y CMIN/DF de 2,760 aceptable. Se observó, que la variable políticas públicas posee el atributo de efecto mediador moderador sobre la variable gestión integral de residuos sólidos. Mientras que GIRS tiene una relación negativa e inversa con CA, GIRS no tiene efectos causales hacia CA.

### Agradecimiento

La investigación es presentada en el VI Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas, se procurará presentar el artículo ante una revista indizada de forma paralela. El mismo hace una revisión de la investigación desarrollada y resultados obtenidos para alcanzar el título de Doctor en Planificación Pública y Privada por la Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes, Perú, en el trabajo titulado:

Gestión integral de residuos sólidos, políticas públicas y la mitigación de la contaminación del río Daule, año 2024. Debiendo agradecer a la Universidad de Guayaquil al permitirnos la divulgación internacional del trabajo y a la Universidad Nacional de Tumbes por su intervención en el campo académico y científico.



## Referencias

- Agencia Francesa de Desarrollo. (3 de septiembre de 2020). Ecuador: Proteger la cuencadel río Daule. <https://www.afd.fr/es/actualites/ecuador-protger-la-cuenca-del-rio-daule#:~:text=De%20la%20cuenca%20del%20r%C3%ADo%20Daule%20m%C3%A1s%20de%204%20millones,incluyendo%20la%20ciudad%20de%20Guayaquil>.
- Albújar, C. E., Medina, I. I., y Castro Huamán, R. E. (2024). Gestión del servicio de recojo y tratamiento de residuos sólidos y satisfacción de la población en la ciudad de Chachapoyas-Perú. *Revista Venezolana De Gerencia*, 29(106), 609-622. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.106.10>
- Alcocer, P., Knudsen, J., Marreno, F., y Miranda, B. (2020). Modelo multicriterio para lagestión integral de residuos sólidos urbanos en Quevedo - Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 26(4), 328-352. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28065077025/html/>
- Álvarez, B., y Montesi, M. (2020). Investigación interdisciplinaria e impacto social: Análisis de medios sociales. *Información, cultura y sociedad*, 42(6), 127-144. <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/ICS/article/view/7107/7061>
- Argüello, J. (2023). Estadística de información ambiental económica en gobiernos autónomos descentralizados municipales. *Gestión de residuos sólidos 2022*. Quito: Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC; Asociación de Municipalidades
- Ecuadorianas, AME; Banco de Desarrollo del Ecuador B.P., BDE. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/Municipios\\_2022/Residuos\\_Solidos/Boletin\\_Tecnico\\_Residuos\\_2022%20VF.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Municipios_2022/Residuos_Solidos/Boletin_Tecnico_Residuos_2022%20VF.pdf)
- Baquerizo, M., Acuña, M. L., y Solis-Castro, M. E. (2019). Contaminación de los ríos: caso río Guayas y sus afluentes. *Manglar revista de Investigación Científica*, 16(1), 63-70. <https://erp.untumbes.edu.pe/revistas/index.php/manglar/article/view/118/241>
- Cadenas-Martínez, R., Parrales-Baque, M., y Osejos-Merino, M. (2019). El sitio de Andil y su incidencia en la contaminación del río Jipijapa, Manabí, Ecuador. *La Técnica*, 11(22), 77-88. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407790>
- Chaverri, P., y Arguedas, A. (2020). Políticas Públicas Basadas en Evidencia: una revisión del concepto y sus características. *Revista ABRA*, 40(60), 49-76. <https://doi.org/10.15359/abra.40-60.2>
- Código orgánico de planificación y finanzas públicas. (22 de octubre de 2010). Registro Oficial Suplemento 306. Quito, Ecuador: Registro Oficial. [https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO\\_PLANIFICACION\\_FINAZAS.pdf](https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO_PLANIFICACION_FINAZAS.pdf)
- Consejo Nacional de Competencia (CNC). (2019). Informe sobre mapeo de actores generadores de información a nivel territorial e identificación de fuentes de información nivel territorial e identificación de fuentes de información de la competencia de desechos sólidos (1ra. ed.). Quito, Ecuador. <http://www2.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/03/03-Manejo-desechossolidos-2.pdf>
- Díaz, J. A., y Bocanegra, C. A. (2020). Impacto del programa "Buenas prácticas" en la disposición temporal en un centro de abastos mercantil. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 123-128. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000600123](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000600123)
- El Universo. (23 de agosto de 2024). Investigación de UTPL detecta contaminación con microplástico en pesca artesanal de dos poblados de El Oro. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/quito-investigacion-universidad-microplastico-peces-nota/>
- El Universo. (20 de julio de 2024). Preocupación por contaminación en el río Daule, que provee de líquido vital a Guayaquil: ¿hay otras fuentes de agua para la ciudad? El acuífero de El Chobo, en Milagro, podría ser una opción; expertos desconocen su potencial. <https://www.eluniverso.com/noticias/informes/preocupacion-por-contaminacion-en-el-rio-daule-que-provee-de-liquido-vital-a-guayaquil-hay-otras-fuentes-de-agua-para-la-ciudad-nota/>
- El Universo. (23 de julio de 2024). Universidad tomó muestras de vegetales en mercados y detectó altos niveles de metales tóxicos: uso de moscas ayudó a determinar cómo se transfieren. <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/quito-contaminacion-vegetales-investigacion-universidad-nota/>
- Espinoza, R. J., y Zambrano, R. E. (2023). Aportes por parte del Consejo de Recursos Hídricos por Cuenca (CRHC) para la gestión integral del agua y la gobernanza hídrica- El caso de CRHC Chancay-Huaral 2012-2019. (Tesis Maestría). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/25267/ESPINOZA\\_A\\_R\\_R\\_O\\_Y\\_O\\_Z\\_A\\_M\\_B\\_R\\_A\\_N\\_O\\_A\\_N\\_A\\_Y\\_A.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/25267/ESPINOZA_A_R_R_O_Y_O_Z_A_M_B_R_A_N_O_A_N_A_Y_A.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Espinoza-Quispe, C. E., Marreno-Saucedo, F. M., y Hinojosa-Benavides, R. A. (2020). Manejo de residuos sólidos en la gestión municipal de Huancavelica, Perú. *Letras Verdes, Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, 28, 163-177. <https://doi.org/10.17111/letrasverdes.28.2020.4269>
- Estrada, D. A., Acuña, M., Austin, A., & Charris, M. (2023). Trazando un camino hacia un barrio más limpio. *CUC. La Casas del Maestro*, 1(5), 110-123. <https://revistascientificas.cuc.edu.co/RVCDM/article/view/5516/5197>
- Fernandez-Turiel, J. L., Llorens, J. F., López, A., Cabañas, M., y Querol, X. (1995). Problemática de los metales pesados en aguas continentales naturales y recicladas. In: *Calidad físico-química y biológica de aguas continentales naturales y recicladas*. Logroño, España: Geoforma Ediciones.
- Forero, S. J., Parra, L. V., y Monroy, Á. L. (2021). Relevancia de los factores de riesgo laborales en personal de recolección de residuos: una revisión. *Revista de Investigen Salud*, 8(1), 136-151. <https://doi.org/10.24267/23897325.564>
- Gamboa, A. C., Pinto, C., Gutiérrez, G., y Ramírez, J. I. (2022). Basura plástica y microplásticos: Contaminantes emergentes presentes en sedimentos de una playa urbana del oriente venezolano. *Ciencia e Ingeniería*, 9(1), 1-12. <https://www.doi.org/10.5281/zenodo.6706296>
- García, R. M., Socorro, A. R., y Maldonado, A. V. (2019). Manejo y gestión ambiental de los desechos sólidos, estudio de casos. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(1), 265-271. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202019000100265](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000100265)
- García, J., y Padilla, Y. (2015). Retos de la Administración Distrital en la recolección y disposición de residuos sólidos. *Econografos Escuela de Economía*, 63(3), 1-38. <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstractid=2603049>
- Hernandez, V. M., Pereira, C. J., y Chiquito, Y. (2024). Línea de investigación para e impulso de la gestión de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos en Venezuela. *Ciencias del Agro, Ingeniería y Tecnología*, 15(42), 306-321. <https://doi.org/10.46925/rdluz.42.17>

- Herrera-Uchalin, M. G., Valiente-Saldaña, Y. M., Garibay-Castillo, J. V., y Herrera-Cherres, S. (2023). Manejo de residuos sólidos en la gestión municipal: Revisión sistémica. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(16), 150-170. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i16.2540>
- Huayamave, J. P. (2013). Estudio de las aguas y sedimentos del río Daule, en la provincia de Guayas, desde el punto de vista físico químico, orgánico, bacteriológico y toxicológico (Tesis doctoral). Universidad de las Palmas de Gran Canaria. Las Palmas de Gran Canaria, España. <https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/11262>
- Ibáñez, W. X., Arcos, J. P., y Tejedor, J. E. (2021). Residuos sólidos en la ciudad de Macas, Ecuador. *Dominio de la Ciencia*, 7(4), 1888-1902. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4.2207> Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (4 de diciembre de 2023). Base de Datos y archivos documentales. Quito, Ecuador. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Jiménez, N. M. (2017). El residuo: producto urbano, asunto de intervención pública y objeto de la gestión integral. *Cultura y representaciones sociales*, 11(22), 158-192. <https://www.scielo.org.mx/pdf/crs/v11n22/2007-8110-crs-11-22-00158.pdf>
- Mastrangelo, A., y Schamber, P. (2019). Salud ocupacional en dos centros de clasificación y acopio de materiales reciclables en el Área Metropolitana de Buenos Aires, Argentina, 2015. *Salud Colectiva*, 15(e1348), 1-12. <https://doi.org/10.18294/sc.2019.1348>
- Mora, A., y Molina, N. (2017). Diagnóstico del manejo de residuos sólidos en el parque histórico Guayaquil. *La Granja. Revista de Ciencias de la Vida*, 26(2), 84-105. <https://doi.org/10.17163/lgr.n26.2017.07>
- Moretti-Villegas, L. F., y Valiente-Saldaña, Y. M. (2023). Contaminación ambiental y sus efectos en la salud pública. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(1), 257-268. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i1.2784>
- Ordoñez, A., y Ochoa, P. (2020). Ambiente, sociedad y turismo comunitario: La etnia
- Saraguro en Loja - Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 26(2), 180-191. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/32433/33861>
- Oviedo, S. P. (2022). Análisis de las políticas públicas en clave constitucional del manejo de los residuos sólidos en el municipio de Magangué - Bolívar. *Cartagena, Colombia: Universidad de Cartagena*. <https://repositorio.unicartagena.edu.co/server/api/core/bitstreams/a83f944d-54c0-48f8-87b6-d7c7453e4809/content>
- Paredes-Ballena, J., Valiente-Saldaña, Y. M., y Díaz-Valiente, F. A. (2023). Valorización de residuos sólidos generados en las municipalidades locales: Revisión sistemática. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 8(1), 674-690. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i1.2834>
- Pérez, A., y Rodríguez, F. (2022). Flujo, clasificación y potencial de reciclaje de residuos sólidos urbanos en una localidad cuya principal actividad es la agricultura. *Acta universitaria*, 32, 1-20. <https://doi.org/10.15174/au.2022.3202>
- Raza-Carrillo, D., y Acosta, J. (2022). Planificación ambiental y el reciclaje de desechos sólidos urbanos. *Economía, sociedad y territorio*, 22(69), 519-544. <https://doi.org/10.22136/est20221696>
- Reglamento al Código Orgánico del Ambiente. (12 de junio de 2019). Quito, Ecuador: Registro Oficial Suplemento 507. Decreto Ejecutivo 752. <https://site.inpc.gob.ec/pdfs/lotaip2020/>
- REGLAMENTO%20AL%20CODIGO%20ORGANICO%20DEL%20AMBIENTE.pdf
- Rodríguez-Díaz, A., Díaz-Mendoza, C., Pasqualino, J., y Bahamón-Restrepo, A. (2023). Análisis comparativo de los planes de gestión de residuos sólidos de Bogotá D.C y ciudad de México. *Revista Producción más Limpieza*, 17(1), 111-135. <http://10.22507/pml.v17n1a7>
- Rossell, C. E., Mejía, J. A., y Jamett, O. A. (2022). Brecha del servicio de limpieza pública en el distrito del Callao, Perú. *Revista Kawsaypacha, sociedad y medioambiente*, 9(2022), 154-172. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/Kawsaypacha/article/view/24109/23873>
- Sáez, A., y Urdaneta G., J. A. (2014). Manejo de residuos sólidos en América Latina y el Caribe. *Revista Omnia*, 20(3), 121-135. <https://www.redalyc.org/pdf/737/73737091009.pdf>
- Saldivar de Salinas, L. R., Villar, L., Valleau, V., y Barrios-Leiva, O. (2021). Sistema de gestión de residuos sólidos para la Universidad Nacional de Asunción, Paraguay. *Periodo 2015-2019. Población y Desarrollo*, 27(52), 15-29. <https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2021.027.52.015>
- Secretaría Nacional de Planificación. (2021). Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025. Plan de Creación de Oportunidades. Quito, Ecuador: Planifica Ecuador. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>
- Tineo, J., y Valiente, Y. M. (2022). Manejo de residuos sólidos para reducir la contaminación del medio ambiente: Revisión sistemática. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinaria*, 6(4), 578-601. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i4.2605](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2605Tizziani, A. (2022). El “trabajo sucio” de las ciudades. Condiciones y experiencias laborales de los trabajadores de limpieza urbana en la Ciudad de Buenos Aires. Trabajo y sociedad, 23(38), 449-465. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1514-68712022000100449)
- Zambrano, S. P., Goyas, L. G., y Serrano, J. (2018). Políticas Públicas en defensa de la naturaleza, casuística y penalidad en Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 234-242. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n2/2218-3620-rus-10-02-234.pdf>
- Zambrano, R. (6 de junio de 2022). Hay zonas de la cuenca del río Daule (desde donde llega el agua para Guayaquil) que tienen un estado de erosión catastrófico. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/larevista/ecologia/hay-zonas-de-la-cuenca-del-rio-daule-desde-donde-llega-el-agua-para-guayaquil-que-tienen-un-estado-de-erosion-catastrofico-nota/>
- Zapata, B. (3 de septiembre de 2024). (E. Universo) Investigación de universidad de Ecuador revela presencia de plomo, cadmio y níquel en banano, Agrocalidad responde. <https://www.eluniverso.com/noticias/informes/investigacion-de-universidad-de-ecuador-revela-presencia-de-plomo-cadmio-y-niquel-en-banano-agrocalidad-responde-nota/>

## HABILIDADES DIRECTIVAS, ESTILO DE LIDERAZGO DELEGADOR: BAJA DIRECCIÓN - BAJO APOYO

### MANAGERIAL SKILLS, DELEGATING LEADERSHIP STYLE: LOW DIRECTION - LOW SUPPORT

<sup>1</sup>Daniel Ortiz-Luzuriaga, <sup>2</sup>María Tamara Ortiz-Luzuriaga, <sup>3</sup>Mónica Elizabeth Zambrano-Moreira, <sup>4</sup>Andrea Álvarez-Maldonado

<sup>1</sup>Jose Maria Vargas University

<sup>2</sup>Universidad de Guayaquil

<sup>3</sup>Investigadora Independiente

#### Resumen

Este artículo explora el estilo de liderazgo delegador caracterizado por la baja dirección y el bajo apoyo en el contexto de las habilidades directivas. El objetivo del estudio es analizar cómo este estilo influye en la efectividad de los líderes y en el desempeño de los equipos. Se utilizó una metodología cualitativa basada en la revisión de literatura y estudios de caso. Los resultados indican que, aunque la delegación efectiva permite a los líderes centrarse en la planificación estratégica y el desarrollo del equipo, también presenta desafíos significativos relacionados con la falta de dirección y apoyo continuo. La conclusión principal es que un equilibrio adecuado entre la dirección y el apoyo es crucial para maximizar los beneficios de la delegación. La investigación sugiere que los líderes deben ajustar su estilo de liderazgo en función de la competencia y el compromiso de sus colaboradores.

**Palabras clave:** Delegación, liderazgo, estilo de liderazgo, dirección, apoyo, habilidades directivas.

#### Abstract

This article examines the delegating leadership style characterized by low direction and low support within the context of managerial skills. The study aims to analyze how this leadership style influences leader effectiveness and team performance. A qualitative methodology was employed, involving a literature review and case studies. The findings suggest that while effective delegation allows leaders to focus on strategic planning and team development, it also presents significant challenges related to the lack of continuous direction and support. The main conclusion is that an appropriate balance between direction and support is crucial to maximizing the benefits of delegation. The research implies that leaders must adjust their leadership style based on the competence and commitment of their team members to achieve optimal outcomes.

**Keywords:** Delegation, leadership, leadership style, direction, support, managerial skills.



## Introducción

Los líderes tienen algunas tareas que deben hacer, pero su trabajo principal es asegurarse de que otros estén haciendo lo que se les ha asignado para cumplir con la misión y los objetivos de la empresa. Los líderes efectivos saben qué responsabilidades deben delegar para tener tiempo para planificar estrategias que ayuden al crecimiento de la empresa, colaborar con otros colaboradores y monitorear el desempeño de sus empleados, asegurándose de brindarles comentarios adecuados y oportunidades de desarrollo. En muchas ocasiones los líderes piensan que están delegando cuando asignan tareas a los colaboradores. La delegación real es asignar la responsabilidad de los resultados junto con la autoridad para hacer lo que sea necesario para producir los resultados deseados.

El liderazgo es esencial para el éxito organizacional y la delegación de tareas es una habilidad clave para los líderes. El estilo de liderazgo delegador, que se caracteriza por baja dirección y bajo apoyo, permite a los líderes centrarse en tareas de mayor nivel mientras delegan la ejecución diaria a sus colaboradores. Este enfoque puede ser efectivo cuando los empleados tienen alta competencia y compromiso. Sin embargo, el desafío radica en encontrar el equilibrio adecuado entre la autonomía y el soporte necesario para que los

colaboradores puedan cumplir con sus responsabilidades de manera efectiva (Northouse, 2021).

El modelo de liderazgo situacional de Hersey y Blanchard destaca la importancia de ajustar el estilo de liderazgo según el nivel de competencia y compromiso del seguidor (Hersey, 2013). En los primeros días de empleo, los nuevos empleados a menudo requieren un estilo de liderazgo más directivo. Con el tiempo, a medida que ganan experiencia, el líder puede adoptar un estilo más delegador. Brian Tracy (2019) y Kegan y Lahey (2016) ofrecen perspectivas adicionales sobre cómo los líderes pueden mejorar la delegación para maximizar la eficacia del equipo (Tracy, 2019).

## Materiales y métodos

Este estudio empleó una metodología cualitativa basada en la revisión de literatura y análisis de estudios de caso para evaluar la efectividad del estilo de liderazgo delegador. Se revisaron artículos académicos, libros y estudios de caso relevantes para identificar tendencias en la delegación de tareas y sus impactos en el desempeño organizacional. Se analizaron las prácticas recomendadas por expertos como Brian Tracy (2019) y las observaciones de Kegan y Lahey (2016) sobre los desafíos en la delegación (Kegan, 2016).

El enfoque metodológico de este estudio es predominantemente cualitativo, centrado en el análisis de la literatura existente y en estudios de caso. Se realizó una revisión exhaustiva de artículos académicos y libros especializados que exploran la delegación de responsabilidades en el contexto del liderazgo situacional y la gestión efectiva.

Las fuentes seleccionadas incluyen publicaciones en revistas indexadas y libros recientes sobre liderazgo y delegación. La revisión abarcó estudios sobre modelos de liderazgo, como el Modelo de Liderazgo Situacional de Hersey y Blanchard, y aportaciones contemporáneas sobre técnicas de delegación efectivas (Northouse, 2021) (Yukl, 2013). Libros y estudios sobre liderazgo delegador: Libros como "The Situational Leadership Model" de Paul Hersey y Ken Blanchard exploran el liderazgo delegador. Este modelo sugiere que un líder puede adoptar un estilo delegador cuando los colaboradores son competentes y motivados (Kenton, 2024).

## Desarrollo del tema

En el modelo de liderazgo situacional, la dirección es el nivel inicial o básico del estilo de liderazgo. Casi todos los empleados nuevos necesitan un estilo de liderazgo más directivo. Son muy formativos con poca o ninguna

experiencia en sus nuevos roles. En la etapa formativa, el seguidor se caracteriza por una baja competencia y un alto compromiso, la incapacidad de cumplir, con posibles sentimientos de inseguridad (Whitehead, 2016).

Brian Tracy en su libro Delegación y Supervisión detalla cómo delegar las tareas correctas a las personas adecuadas: habilidades de gestión eficaces para el éxito del liderazgo, indica que es sorprendente la cantidad de actividades que se realizan en la vida empresarial y privada que podrían suspenderse fácilmente por completo, sin pérdidas ni inconvenientes para nadie. Eliminar estas oportunidades para aumentar la eficiencia puede aumentar drásticamente las ventas y la rentabilidad de una organización o departamento (Tracy, 2019).

Brian Tracy recomienda que se siga estos seis pasos para delegar tareas de manera efectiva:

1. Haga coincidir a la persona con el trabajo
2. Acuerde lo que debe hacerse
3. Explica cómo debe hacerse el trabajo
4. Haz que lo alimente
5. Establecer una fecha límite
6. Administrar por excepción

Los profesores de la Escuela de Educación de Graduados de Harvard, Robert Kegan y Lisa Lahey, sugieren que los líderes establezcan su objetivo



y luego describan los comportamientos que están deteniendo sus esfuerzos. Por ejemplo, un líder de ventas senior puede querer delegar llamadas de seguimiento a grandes clientes a su equipo de ventas, pero se da cuenta de que no ha actualizado sus notas en la base de datos, o simplemente puede tener la costumbre de hacer el seguimiento antes de que los miembros del equipo puedan llegar a ellos (Riegel, 2019).

En el contexto del modelo de liderazgo situacional, el estilo de liderazgo delegador se sitúa en un extremo del espectro de estilos de liderazgo, caracterizado por baja dirección y bajo apoyo. Según el modelo de Hersey y Blanchard, la dirección es el nivel inicial del estilo de liderazgo, necesario cuando los empleados son nuevos en sus roles. Estos empleados suelen tener baja competencia pero alto compromiso, lo que requiere una supervisión más intensa para desarrollar sus habilidades y confianza (Northouse, 2021).

Brian Tracy (2019) subraya la importancia de asignar tareas de manera efectiva, sugiriendo que los líderes deben asegurarse de que las responsabilidades delegadas coincidan con las habilidades y capacidades de sus colaboradores. Además, Tracy (2019) propone un enfoque estructurado para la delegación que incluye establecer acuerdos claros, proporcionar instrucciones precisas, y mantener una supervisión adecuada, lo

cual es fundamental para la delegación exitosa. En este sentido se requiere ser claro sobre el tiempo que tienen, el dinero que pueden gastar y las personas a las que pueden recurrir para ayudarlos a hacer el trabajo.

Por otro lado, Kegan y Lahey (2016) destacan que los líderes deben ser conscientes de los comportamientos que obstaculizan la delegación efectiva. Por ejemplo, un líder puede tener la tendencia a intervenir en tareas delegadas debido a la falta de confianza en el equipo o la falta de actualización en la información relevante. Este comportamiento puede reducir la autonomía del equipo y limitar el desarrollo de sus habilidades.

El estilo delegador es más adecuado cuando los colaboradores han alcanzado un nivel de competencia y confianza que les permite trabajar de manera independiente. En este nivel, los líderes pueden enfocarse en tareas estratégicas y en la planificación a largo plazo, mientras confían en sus colaboradores para la ejecución diaria. Sin embargo, es crucial que los líderes mantengan una comunicación abierta y estén disponibles para brindar apoyo cuando sea necesario (Tracy, 2019).

### Resultados y discusión

Los hallazgos sugieren que el estilo de liderazgo delegador puede ser

altamente efectivo cuando se aplica en el contexto adecuado. Los líderes que adoptan este estilo pueden liberar tiempo para centrarse en la estrategia y el desarrollo del equipo, mientras confían en sus colaboradores para llevar a cabo tareas específicas. Sin embargo, el estudio también reveló que una falta de dirección y apoyo continuo puede llevar a la inseguridad y la falta de dirección en los empleados. Los datos indican que una comunicación clara y un seguimiento adecuado son esenciales para mitigar estos problemas y asegurar que los objetivos se cumplan (Tracy, 2019); (Kegan, 2016).

La discusión resalta la importancia de equilibrar la autonomía con el apoyo necesario. Los líderes deben ajustar su estilo de liderazgo en función de la competencia y el compromiso de sus colaboradores, proporcionando dirección y apoyo adecuados para garantizar el éxito en la delegación (Northouse, 2021).

Los hallazgos del estudio indican que el estilo de liderazgo delegador con baja dirección y bajo apoyo puede ser efectivo en contextos donde los colaboradores poseen alta competencia y compromiso. Este estilo permite a los líderes centrarse en tareas estratégicas y en el desarrollo organizacional. Sin embargo, en situaciones donde los miembros del equipo son menos experimentados o requieren mayor orientación, la falta

de dirección y apoyo puede resultar en una disminución del rendimiento y en una mayor incertidumbre entre los empleados. Este hallazgo concuerda con la teoría de la autogestión, que sugiere que los empleados más capacitados requieren menos supervisión directa para alcanzar sus objetivos (Bakker, 2017); (Gagné & Deci, 2017).

El análisis de los estudios de caso revela que las organizaciones que adoptaron un estilo de liderazgo delegador con éxito lo hicieron en combinación con mecanismos de retroalimentación efectiva y sistemas de apoyo ocasional. La implementación de revisiones periódicas y sesiones de retroalimentación ha demostrado ser crucial para mantener la alineación con los objetivos organizacionales y para resolver problemas emergentes.

Esto coincide con los principios del modelo de liderazgo transformacional, que enfatiza la importancia del feedback continuo para el desarrollo y la motivación del equipo (Bass, 2022); (Avolio, 2020).

### Casos prácticos

Ventajas del estilo de liderazgo delegador se relacionan con el fomento a la autonomía y el crecimiento profesional, desarrollo de la capacidad de toma de decisiones en los empleados y liberar tiempo para que los líderes se



concentren en actividades estratégicas. Google es un claro ejemplo de una empresa que ha adoptado este estilo de liderazgo. Los empleados tienen la libertad de dedicar un porcentaje de su tiempo laboral a proyectos que les interesen personalmente, lo cual promueve la innovación. Esta práctica, conocida como "20% time", fomenta un entorno donde los empleados tienen la autonomía para explorar nuevas ideas y soluciones sin la supervisión constante de sus superiores.

Esto ha llevado a la creación de productos innovadores como Gmail y Google News (Steiber, 2014). Durante la dirección de Jack Welch, General Electric realizó una reestructuración organizativa y promovía la descentralización, permitiendo que los líderes de equipo y los empleados tomaran decisiones autónomas sin la necesidad de consultar constantemente a la alta dirección. Esto ayudó a mejorar la eficiencia y la capacidad de respuesta de la organización frente a los cambios en el entorno empresarial (Scheuer CL, 2021).

La empresa 3M es reconocida por su cultura de innovación puede llevar a la creación de productos exitosos y revolucionarios (Smith, 2022). Posee una política del "15% del tiempo", en la cual los empleados pueden dedicar este porcentaje de su jornada laboral a proyectos de interés personal. Esto ha generado innovaciones como las notas

adhesivas Post-it, un ejemplo exitoso del impacto de la autonomía en la creatividad y el desarrollo de productos (Shafley, 2024).

En el caso de Spotify, la creación de equipos autónomos llamados "squads" tienen la responsabilidad de desarrollar productos y tomar decisiones de manera independiente, lo que permite un alto grado de autonomía y flexibilidad en el proceso de desarrollo. Este enfoque ha sido clave para el éxito continuo de la plataforma en el competitivo mercado de la música en streaming (Johnson, 2024).

Valve, una empresa de videojuegos, es conocida por su estructura organizacional plana, donde los empleados tienen total libertad para elegir en qué proyectos trabajar y cómo realizarlos. Este es un ejemplo extremo, donde no hay supervisores tradicionales y se espera que los empleados asuman plena responsabilidad por el éxito o fracaso de los proyectos en los que se involucren (Miller, 2021).

Después de Steve Jobs, Tim Cook implementó un estilo de liderazgo más delegador, promoviendo la autonomía de los líderes de cada área. Esta transición ha permitido que Apple mantenga un alto nivel de innovación y crecimiento bajo la dirección de cada equipo independiente Intrafocus (2024). Por su parte, la firma de diseño

IDEO aplica el liderazgo delegador en sus equipos de diseño, dando a los empleados libertad creativa para experimentar con soluciones de diseño innovadoras. Este enfoque ha resultado en soluciones únicas para sus clientes globales (Jacques, 2024).

Bajo el liderazgo de Tony Hsieh, Zappos aplicó un conocido como "holacracy", que eliminó las jerarquías tradicionales para que los empleados tomen decisiones de manera independiente. Este modelo ha promovido la innovación, aunque también generó desafíos en la toma de decisiones Inside Sales Expert (2024).

Por otro lado, las organizaciones que enfrentaron dificultades al aplicar un estilo de liderazgo delegador sin suficiente apoyo reportaron mayores tasas de desmotivación y desconfianza entre los miembros del equipo. Los empleados expresaron sentirse abandonados y poco valorados, lo que afectó negativamente su desempeño y compromiso. Estos resultados están en línea con la teoría de la motivación de Herzberg, que destaca la necesidad de un entorno de trabajo que proporcione tanto motivadores como factores higiénicos para mantener un alto nivel de satisfacción y rendimiento (Gagné & Deci, 2017); (Judge, 2017).

A continuación, se plantea escenarios en los cuales se refleja desventajas del estilo de liderazgo delegador:

- En una organización de ventas, los líderes adoptaron un enfoque delegador, confiando en que los empleados planifiquen y ejecuten estrategias de ventas por su cuenta. Este estilo permitió a los empleados desarrollar nuevas tácticas comerciales, pero la falta de dirección y apoyo llevó a una disminución en la cohesión del equipo y a inconsistencias en los resultados.

- En una empresa de tecnología, el gerente delegó completamente la creación de un nuevo software a un equipo de ingenieros experimentados, proporcionando poca supervisión. Aunque algunos miembros asumieron responsabilidades de liderazgo, la falta de dirección clara resultó en problemas de coordinación y plazos incumplidos.

- En una planta de fabricación, el supervisor delegó el control de la producción a un equipo autónomo. Mientras que algunos empleados disfrutaron de la autonomía, la falta de apoyo provocó una disminución en la eficiencia, ya que el equipo no tenía directrices claras.

- Una empresa de consultoría permitió que los consultores senior asumieran la dirección completa de sus proyectos, sin intervenir en la

toma de decisiones diarias. Aunque algunos consultores prosperaron, otros se sintieron desorientados, afectando la calidad del trabajo.

- En una universidad, los decanos delegaron la administración de departamentos a los profesores, con poca supervisión. Esto resultó en un liderazgo desigual, donde algunos departamentos florecieron y otros tuvieron problemas de organización.

Durante la gestión de Marissa Mayer en Yahoo, la falta de dirección clara y el estilo laissez-faire llevaron a una disminución en la moral y productividad del equipo, resultando en una serie de fracasos en proyectos clave y eventual declive de la empresa Vantage Circle (2024).

La delegación excesiva de decisiones a equipos sin supervisión adecuada contribuyó a su incapacidad para adaptarse a cambios en el mercado, lo que resultó en su quiebra de Kodak en 2012 (Asana, 2024).

En Zinga, la compañía de juegos, el liderazgo delegador causó problemas de comunicación y responsabilidad, llevando a un ambiente donde los empleados se culparon mutuamente por fallos en los proyectos (Fuentes, 2020)

## Conclusiones

Como líder, debemos prestar mucha atención a las tareas que se deben realizar. El líder debe pasar mucho más tiempo trabajando con el colaborador, ofreciendo instrucciones claras y un seguimiento regular. En este punto, se trata de alentar y motivar: celebrar resultados positivos y ofrecer sugerencias y acciones correctivas para obtener resultados menos positivos.

La idea es motivar al seguidor a ascender al siguiente nivel de su habilidad. Esta es una etapa muy dirigida por el líder (Whitehead, 2016). El estilo de liderazgo delegador, caracterizado por baja dirección y bajo apoyo, puede ser altamente beneficioso para los líderes y sus equipos cuando se aplica correctamente.

La clave para una delegación efectiva es encontrar un equilibrio entre permitir la autonomía y proporcionar el apoyo necesario. Los líderes deben estar atentos a las necesidades de sus colaboradores y ajustar su estilo de liderazgo para maximizar la efectividad de la delegación. Esta investigación contribuye a una mejor comprensión de cómo los líderes pueden gestionar eficazmente la delegación para mejorar el desempeño y el desarrollo del equipo. El análisis demuestra que el estilo de liderazgo delegador, caracterizado por una baja dirección y bajo apoyo,

puede ser eficaz en entornos donde los empleados poseen alta competencia y autonomía. Sin embargo, este enfoque puede no ser adecuado para todos los contextos, especialmente en equipos con miembros menos experimentados o en situaciones que requieren una mayor supervisión y guía. La capacidad de los líderes para adaptar su estilo de liderazgo a las necesidades y competencias de sus empleados es crucial para maximizar la efectividad organizacional. Esta flexibilidad está respaldada por la teoría de la contingencia del liderazgo, que sugiere que el éxito del liderazgo depende de la adecuación entre el estilo del líder y las demandas del entorno (Ferguson, 2024); (Antonakis, 2018).

Además, la implementación de un liderazgo delegador debe ser acompañada por estrategias claras de comunicación y mecanismos de apoyo, tales como mentoría y desarrollo profesional, para asegurar que los empleados se sientan capacitados y motivados. Estudios recientes han mostrado que el apoyo continuo y la retroalimentación son esenciales para mantener la moral del equipo y mejorar el desempeño (Eisenberger, 2020); (Edmondson, 2020).

La falta de estos elementos puede resultar en una menor satisfacción laboral y en un mayor riesgo de rotación de personal. Por lo tanto, los líderes deben equilibrar la delegación con

prácticas que fomenten un ambiente de apoyo y desarrollo continuo para lograr un impacto positivo en la productividad y el compromiso organizacional.

El liderazgo delegador, cuando se aplica correctamente, puede llevar a altos niveles de innovación y motivación dentro de las organizaciones. Sin embargo, es importante que los empleados sean lo suficientemente competentes y responsables como para gestionar sus tareas de manera autónoma. De lo contrario, este estilo puede generar desorganización y falta de dirección.

## Referencias

- Antonakis, J. &. (2018). *The Nature of Leadership*. SAGE Publications. Obtenido de House, R. J. (1971). A Path-Goal Theory of Leader Effectiveness. *Administrative Science Quarterly*, 16(3), 321-338. <https://doi.org/10.2307/2391905>; House, R. J. (1971). A Path-Goal Theory of Leader Effectiveness. *Administrative Science Quarterly*, 16(3), 321-338. <https://doi.org/10.2307/2391905>
- Asana. (2024). Asana. Obtenido de Asana: <https://asana.com/es/resources/leadership-styles>
- Avolio, B. J. (2020). *Leadership Perspectives on Transformational Leadership and Employee Motivation*. Redwood City, CA.
- Bakker, A. B. (2017). Job Demands-Resources Theory: Taking Stock and Looking Forward. *Journal of Occupational Health Psychology*.
- Bass, B. M. (2022). *Transformational Leadership* (3rd ed.). New York: Routledge.
- Delegative Leadership: Definition, Examples, and Advantages. (2024). Obtenido de Inside Sales Expert: <https://www.insidesalesexpert.com/blog/Delegative-Leadership-Definition-Examples-and-Advantages>
- Edmondson, A. C. (2020). *The fearless organization: Creating psychological safety in the workplace for learning, innovation, and growth*. Wiley. En A. C. Edmondson.
- Eisenberger, R. &. (2020). Perceived organizational support: Fostering enthusiastic and productive employees. APA Press. Obtenido de Eisenberger, R., & Stinglhamber, F. (2020). Perceived organizational support: Fostering enthusiastic and productive employees. APA Press: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.3.500>
- Examples of leadership styles past and present. (2024). Obtenido de <https://www.intrafocus.com/2024/05/examples-of-leadership-styles/>
- Ferguson, D. (2024). *How Great Leaders Communicate to Create Movement*. Global Leadership Network. Obtenido de [https://globalleadership.org/articles/leading-others/how-great-leaders-communicate-to-create-movement/?gad\\_sl&gclid=Cj0KCQjwlvW2BhDyARIsADnleIbZCfmqjABPSGPi18OoIm6pVhWrzb\\_nnUC0y\\_Iv1Nq-xBC\\_8mSIL4aAlvEEALw\\_wcB](https://globalleadership.org/articles/leading-others/how-great-leaders-communicate-to-create-movement/?gad_sl&gclid=Cj0KCQjwlvW2BhDyARIsADnleIbZCfmqjABPSGPi18OoIm6pVhWrzb_nnUC0y_Iv1Nq-xBC_8mSIL4aAlvEEALw_wcB)
- Fuentes, E. (2020). *El Líder Exponencial*. Obtenido de <https://liderexponencial.es/liderazgo-laissez-faire-o-liderazgo-delegativo-caracteristicas-ventajas-y-desventajas/>
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2017). <https://doi.org/10.1002/job.322>. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 331-362. doi:10.1002/job.322
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2017). Self-Determination Theory and Work Motivation. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*.
- Hersey, P. &. (2013). *Management of Organizational Behavior: Utilizing Human Resources* (10th edition). Pearson.
- Jacques. (2024). *How a Delegative Leadership Style Improves Team Success*. Obtenido de <https://aristosourcing.com/how-a-delegative-leadership-style-improves-team-success/>
- Johnson, L. (2024). Spotify's Delegative Leadership and the Squad Model. *Journal of Digital Innovation*, 15(2), 112-125.
- Judge, T. A.-M. (2017). <https://doi.org/>. Obtenido de Judge, T. A., & Kammeyer-Mueller, J. D. (2017). Job Attitudes. *Annual Review of Psychology*, 68(1), 395-424. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010416-044242>
- Kegan, R. &. (2016). *An Everyone Culture: Becoming a Deliberately Developmental Organization*. Harvard Business Review Press.
- Kenton, W. (27 de February de 2024). Investopedia. Obtenido de Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/h/hersey-and-blanchard-model.asp>
- Miller, A. (2021). Valve: A Case Study in Flat Organizational Structure. *Journal of Business Management*, 12(3), 45-58.
- Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and Practice* (9th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Riegel, D. G. (15 de August de 2019). Harvard Business Review Home. Obtenido de 8 Ways Leaders Delegate Successfully: <https://hbr.org/2019/08/8-ways-leaders-delegate-successfully>
- Scheuer CL, V. A. (2021). Explorando laEl impacto del liderazgo descentralizado en el intercambio de conocimientos y las redes de obstáculos al trabajo enEquipos de atención sanitaria. *Revista de Gestión y Organización*, 1-20. doi:<https://doi.org/10.1017/jmo.2020.37>
- Shafley, J. (2024). *How Winning Companies Use Delegative Leadership*. LifeCrossTraining. Obtenido de <https://lifecrosstraining.com/career/what-is-delegative-leadership/>
- Smith, J. (2022). 3M's Culture of Innovation and Delegative Leadership. *Journal of Business Innovation*, 10(4), 78-92.
- Steiber, A. (2014). El modelo de innovación de Google. En: El modelo de Google. Gestión para profesionales. Springer International Publishing Suiza. doi:[https://doi.org/10.1007/978-3-319-04208-4\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-319-04208-4_3)
- Tracy, B. (2019). *Delegacion y Supervision*. Grupo Nelson.
- Tracy, B. (2019). LEADERSHIP QUESTIONNAIRE. Solana Beach. Obtenido de <https://s3.amazonaws.com/media.briantracy.com/downloads/pdf/Leadership-Questionnaire-Writable.pdf> Vantage Circle. (2024). Obtenido de Vantage Circle:<https://www.vantagecircle.com/es/blog/liderazgo-laissez-faire/>
- Whitehead, J. (23 de September de 2016). *Directing, Coaching, Supporting & Delegating Are What?* Obtenido de <https://johnkwhitehead.ca/situational-leadership/>
- Yukl, G. (2013). *Leadership in Organizations* (8th ed.). Pearson.

## IMPACTO DE LA ECONOMÍA CIRCULAR Y REDUCCIÓN DEL CARBONO EN EMPRESAS ECUATORIANAS, CASO DE EJEMPLO

### IMPACT OF THE CIRCULAR ECONOMY AND CARBON REDUCTION IN ECUADORIAN COMPANIES, CASE EXAMPLE

*\*Dora María Velarde Arana, \*Sara Elena Fariño Velarde, \*Solanda Esmeralda Sánchez Manzaba*

*<sup>1</sup>Tecnológico Universitario Argos*

*<sup>2</sup>Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*

*<sup>3</sup>Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

El presente artículo está dividido en dos ejes principales separado en cuatro secciones. Primero, la importancia de dos conceptos claves para el desarrollo sostenible que abarcan las dos primeras secciones: la economía circular y la reducción de emisiones de carbono. Segundo, se plasman en las siguientes dos secciones, las iniciativas que el Ecuador ha tenido en cuanto a estas ideas y la ejemplificación de un caso que ha dado resultados óptimos en estos conceptos. Para ello se analiza la economía circular, que a diferencia del modelo económico tradicional que sigue un esquema de "extraer, producir, desechar", busca reutilizar y reciclar los recursos. Se menciona la importancia de la compensación del dióxido de carbono, que aunque es esencial en los ciclos biológicos y económicos, el incremento de las emisiones de CO<sub>2</sub> desde la Revolución Industrial ha producido aumentos en la temperatura global. Finalmente, se incluye las iniciativas que el Ecuador ha realizado, tales como la Ley de Economía Circular Inclusiva, y otros proyectos que están enmarcados en mitigar el cambio climático y promover un uso más eficiente de los recursos naturales. La metodología utilizada es de carácter revisión bibliográfica con un caso ejemplificado que se enfoca en los resultados obtenidos.

**Palabras clave:** Economía circular, carbono, carbono cero, carbono neutro, carbono negativo

#### Abstract

This article is divided into two main axes, separated into four sections. First, the importance of two key concepts for sustainable development that cover the first two sections: the circular economy and the reduction of carbon emissions. Second, which are reflected in the following two sections, which are the initiatives that Ecuador has had regarding these ideas and the exemplification of a case that has given optimal results in these concepts. To do this, the circular economy, unlike the traditional economic model that follows an "extract, produce, dispose" scheme, focus on the reuse and recycle of resources. The importance of carbon dioxide compensation is mentioned, which although it is essential in biological and economic cycles, the increase in CO<sub>2</sub> emissions since the Industrial Revolution has produced increases in global temperature. Finally, it is included, the initiatives that Ecuador has carried out, such as the Inclusive Circular Economy Law, and other projects that are framed in mitigating climate change and promoting a more efficient use of natural resources. The methodology used is a bibliographic review with an exemplified case that focuses on the results obtained.

**Keywords:** Circular economy, Carbon, zero carbon, neutral carbon, negative carbon

## Introducción

Según la descripción de la Organización de las Naciones Unidas el cambio climático se refiere a los cambios a largo plazo de las temperaturas y los patrones climáticos. Estas eventualidades estaban atribuidas a fenómenos naturales debido a variaciones en la actividad solar o erupciones volcánicas grandes. Sin embargo, después del siglo XIX cuando la revolución industrial se encontraba en su mayor apogeo, el uso del carbón y el descubrimiento de la electricidad, el gas y el petróleo incrementaron la emisión de gases de efecto invernadero provocando que el ciclo natural de eliminación de los mismos no se dé correctamente, generando cambios climáticos de mayor magnitud en todo el planeta.

En la actualidad, muchos países han adoptado un compromiso hacia la responsabilidad social empresarial siendo la economía circular uno de sus pilares principales. Para lograrlo están implementando varias estrategias, entre las cuales está llegar a la cero emisión de carbono que provenga de forma artificial o que se de en exceso. El carbono es un elemento vital para: regular la temperatura de la Tierra, proporcionar a los seres vivos energía para su uso y participar en el ciclo terrestre; sin embargo, el exceso y abuso de las emisiones de carbono han generado que el ciclo natural no

se dé correctamente, causando el tan conocido calentamiento global. Ecuador, aunque es un país pequeño, ha visto las consecuencias del cambio climático en su territorio, por lo que se ha unido a esta tendencia mundial y se ha sumado a los objetivos de la Agenda 2030 de desarrollo sostenible.

Nuestro país también ha implementado leyes, tal es el caso de la Ley Orgánica de Economía Circular Inclusiva, que demuestran su intención de realizar cambios estructurales para lograr los objetivos de sostenibilidad. De esta manera, siendo el cambio climático y la responsabilidad social empresarial un tema de gran importancia en la actualidad, el presente trabajo busca analizar el impacto de la adopción de una economía circular y la implementación de programas de reducción del carbono o en su defecto carbono cero en las empresas ecuatorianas y su relevancia en el contexto mundial tomando como un caso de ejemplo.

En este trabajo se realiza una revisión bibliográfica sobre la implementación de la economía circular en la disminución de la emisión de carbono; además se tomará como referencia la empresa Tonicorp y la Hacienda San Adolfo para dar un ejemplo de cómo estas nuevas terminologías están siendo utilizadas actualmente en el Ecuador. Así, siendo el tema de gran trascendencia, se buscará una actualización de términos y de su aplicabilidad en el Ecuador.

## Metodología

La metodología que se utilizará para esta revisión bibliográfica se organizó en tres etapas fundamentales, las cuales deben retroalimentarse a lo largo de la búsqueda. Primero, se realizó una búsqueda bibliográfica en bases de datos como Google Scholar, Académicos y Dialnet, empleando como palabras clave: economía lineal (lineal economy), economía circular (Circular economy), carbono cero (zero carbon).

Segundo se efectuó una búsqueda manual entre las referencias de los temas seleccionados. De todos los artículos encontrados se seleccionaron los más apropiados respecto al tema. Al determinar los artículos escogidos se tomó en consideración la fecha, dando prioridad a los que fueron realizados los últimos 5 años. Por último, se seleccionó una ejemplificación de un caso, la empresa Tonicorp y la Hacienda San Adolfo, y se incluyen métodos cualitativos, pero también se han utilizado métodos cuantitativos para ciertas ponderaciones.

## Resultados

### 1. Economía circular

Un primer aspecto que hay que conceptualizar para tener una mejor idea de lo que es la Economía circular es desglosarlo en dos partes: economía y circular. Cuando hablamos de economía

nos referimos a la administración de los recursos escasos de una manera eficiente y eficaz para luego poder distribuirlos entre los miembros que conforman la sociedad. Para Adam Smith, considerado el padre de la economía, ésta estaba naturalmente ordenada a conseguir el aumento de la riqueza, y no se planteaba la posibilidad de que la misma se ponga al servicio de otros fines, como el que todos los seres humanos dispongan de los bienes necesarios para vivir decentemente o que la riqueza producida se distribuya justamente; Smith creía que en un mercado completamente competitivo esto se daría de forma natural, gracias al egoísmo humano de querer generar su propia riqueza a través del comercio, lo que ayudaría al intercambio involuntariamente.

Al dirigir su industria de tal manera que su producto sea el de mayor valor, el individuo persigue sólo su propia ganancia, y en esto, como en muchas otras cosas, es guiado por una mano invisible para promover un fin que no era parte de su intención. [...] Al buscar su propio interés, con frecuencia promueve el de la sociedad con mayor eficacia que cuando en verdad desea promover este último. (Velásquez, 2012, p. 164) Además, Smith plasma en su obra la Teoría de los Sentimientos Morales, un concepto que es muy cercano a la empatía y que va dirigido un poco hacia la idea de la economía circular.



La palabra circular, por otro lado, está asociada a una circunferencia, a 360° que corresponden a un principio ligado a su fin, que al adherirla a la economía nos invita a rediseñarla de tal manera que desde su punto de partida se tenga en cuenta su final.

Entonces, tendríamos que en la economía circular los recursos serán utilizados de cierta manera que al finalizar su ciclo puedan volver a ser utilizados o, si esto no es posible, se consideraría desde su diseño la posibilidad de darles otro uso cuando llegue su final.

Es por esto que muchos autores comienzan diferenciando la economía lineal de la circular. El modelo tradicional, también conocido como modelo lineal, y que es el que la mayoría de empresas todavía utilizan, se refiere al de tomar los recursos escasos, finitos e inalterados, para luego transformarlos utilizando mecanismos variados de producción en donde ésta materia prima es utilizada y transformada generando residuos que luego serán distribuidos, usados y desechados.

Según Ellen Macarthur Foundation, la economía lineal, a veces denominada economía take-make-waste (extraer, producir, desperdiciar), es un sistema en el que se extraen recursos para la fabricación de productos que en algún momento van a terminar como residuos que luego serán desechados. Por otro

lado, el modelo circular es un modelo de producción y consumo que involucra la reutilización de los recursos ya sea:

reparando un artículo y alargando su vida útil lo más posible; reciclando el producto de manera que no sea desechado sino utilizado nuevamente; renovando los que fueron utilizados para no botarlos de manera inmediata, o dándoles nuevos usos. También implica compartir herramientas o materiales para tener el menor desperdicio posible, o incluso alquilar productos para extender el uso del mismo y así aumentar su vida útil.

De esta manera, dicho modelo se basa en siete r's (rediseñar, reducir, reutilizar, reparar, renovar, reciclar y recuperar).

Como se muestra en la Figura 1, el objetivo es la reducción del uso de recursos naturales que no son renovables para así, no solo aumentar el tiempo en que se puede disponer de los mismos sino también encontrar alternativas con recursos que son renovables.

A través de la investigación, innovación y el desarrollo se puede encontrar un sin número de recursos renovables que nos llevaría a esa deseada sostenibilidad.

**Figura 1: El Modelo de la Economía Circular**



**Fuente:** Servicio de Investigación del Parlamento Europeo

Más aún, Ellen Macarthur Foundation refiere que la economía circular comienza separando los ciclos en dos partes: el ciclo técnico y el ciclo biológico. El ciclo técnico estaría dado por todos aquellos productos que no pueden degradarse, tal es el caso de los metales, plásticos, polímeros, entre otros, los cuales la economía circular recupera, para luego retroalimentar el sistema en forma de reciclado físico o químico. El ciclo biológico, por otro lado, está dado por productos que son biodegradables, que pueden ir desde comida hasta algodón, cartón o madera, y que en el caso de ser diseñados correctamente regresan al suelo y se degradan, como se observa en la Figura

2. Es preciso resaltar que los materiales técnicos no deberían ser tirados al suelo porque al no ser biodegradables nunca desaparecerán. El problema recae en que constantemente tiramos al suelo estos productos técnicos que no se desaparecen, y junto al crecimiento de los desechos humanos, yacen los materiales biológicos afectando su ciclo normal de degradación. Al mezclar ambos materiales técnicos y biológicos alteramos los ciclos normales de ellos y la manera en que podrían ser usados en una economía circular. Ambos son de suma importancia pero cada uno debería estar separado del otro para que puedan ser empleados y desechados de la manera correcta.

Figura 2: Diagrama de los Sistemas en una Economía Circular



Fuente: Ellen Macarthur Foundation

Tabla 1. Comparación a nivel regional de la Producción Promedio por Cápita (kg/hab/día)

| PAIS                      | PPC (KG/HAB/DÍA) | PAIS                         | PPC (KG/HAB/DÍA) | PAIS      | PPC (KG/HAB/DÍA) |
|---------------------------|------------------|------------------------------|------------------|-----------|------------------|
| Islas Virgenes USA        | 4,46             | República Dominicana         | 1,08             | Paraguay  | 0,76             |
| Islas Virgenes Británicas | 3,75             | Brasil                       | 1,04             | Colombia  | 0,76             |
| Islas Caimán              | 3,43             | Panamá                       | 1,03             | Perú      | 0,75             |
| Puerto Rico               | 3,28             | Uruguay                      | 1,01             | Guyana    | 0,72             |
| Aruba                     | 2,91             | Jamaica                      | 1,00             | Cuba      | 0,67             |
| Bahamas                   | 1,85             | Ecuador                      | 0,90             | Honduras  | 0,65             |
| Barbados                  | 1,72             | Antigua y Barbuda            | 0,90             | Haití     | 0,58             |
| San Martín                | 1,71             | Venezuela                    | 0,88             | Bolivia   | 0,57             |
| San Cristóbal y Nieves    | 1,67             | Costa Rica                   | 0,86             | Curaçao   | 0,55             |
| Trinidad y Tobago         | 1,47             | Grenada                      | 0,83             | Dominica  | 0,50             |
| Santa Lucía               | 1,21             | Nicaragua                    | 0,80             | Guatemala | 0,47             |
| México                    | 1,16             | San Vicente y las Granadinas | 0,79             | Surinam   | 0,41             |
| Chile                     | 1,15             | El Salvador                  | 0,77             |           |                  |
| Argentina                 | 1,14             | Belice                       | 0,76             |           |                  |

Fuente: Boletín Técnico de Gestión de Residuos Sólidos 2022- Inec

Con relación al reporte del 2018 del Banco Mundial, What a Waste 2.0 – A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050, la región de América Latina y el Caribe generó 231 millones de toneladas de residuos sólidos y una producción per cápita promedio de 0.99 (kg/hab/día). Como se aprecia en la Tabla 1, varios de los países que más generan residuos son islas con una actividad turística activa como se aprecia en la Tabla 1.

Disminuir la cantidad de desechos es lo que busca la economía circular, pero algunas empresas se encuentran todavía renuentes a comenzar este cambio debido a que temen que la investigación y desarrollo para implementar este tipo de procesos les genere altos costos. Sin embargo, es preciso resaltar que existen procedimientos sencillos, que a pesar de parecer insignificantes a corto plazo, a largo plazo pueden generar grandes resultados.

Por ello es importante resaltar que el cambio debe darse desde las industrias más grandes que generan mayores ingresos hasta las más pequeñas. Entre algunos ejemplos de este modelo circular tendríamos al de los celulares que por la compra de uno nuevo dan un descuento a cambio de devolver el antiguo. Otro ejemplo sería las fundas biodegradables que ahora dan en los supermercados y la venta de bolsos reusables para disminuir

el uso de plástico. Pero también necesitamos como consumidores tener otra mentalidad, la de que reusar no está mal, por ejemplo tenemos el caso de la compra de celulares reacondicionados y reparados que a pesar de tener costos menores no tienen alta demanda todavía.

En resumen, la economía comprende tres aspectos fundamentales: un pre-diseño que engloba eliminación de residuos y

contaminación; el mantenimiento de productos y herramientas en uso el mayor tiempo posible, y la regeneración de sistemas naturales que disminuyan el uso de elementos que generen gases de efecto invernadero, en lo posible procurando la eliminación completa de los mismos. Además la economía circular es una de las claves para la tan deseada sostenibilidad. En el informe Brundtland elaborado en 1987 para la ONU, por una comisión liderada por la doctora Gro Harlem Brundtland, quien era en ese entonces la primera ministra de Noruega, se utilizó oficialmente el término desarrollo sustentable, definido como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones. Es así que, para llegar a tener un desarrollo sustentable o sostenible, necesitamos dejar de desperdiciar recursos para no comprometer los futuros recursos. De esta forma, la economía circular sería una valiosa herramienta que tiene que ser explotada al máximo.

## 2. Reducción de emisiones de Carbono

El carbono es la base de la vida tal como la conocemos y es uno de los elementos más cruciales de la tabla periódica para los seres que habitamos la Tierra. Este elemento tiene la capacidad de formar una gran variedad de compuestos químicos estables y es esencial para la

formación de moléculas complejas como las proteínas y el ADN. También está presente en la atmósfera en forma de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), tan pronto se combina con dos moléculas de oxígeno. Cuando los seres vivos mueren, los organismos como las bacterias y hongos que descomponen organismos muertos, degradan sus cuerpos y liberan dióxido de carbono a la atmósfera. Los restos de organismos que no se descompusieron completamente y estuvieron sometidos a presiones y temperaturas elevadas por millones de años en ausencia de oxígeno, ayudaron a que el carbono de los compuestos orgánicos se transformara en combustibles fósiles como carbón, gas y petróleo, por lo que la quema de ellos libera CO<sub>2</sub> a la atmósfera.

El carbono también regresa a la atmósfera cuando los seres vivos exhalan el proceso respiratorio y emiten CO<sub>2</sub>. Durante la fotosíntesis, las plantas capturan el carbono del CO<sub>2</sub> presente en el aire para producir alimentos. A través de las cadenas alimentarias, este carbono se transfiere a los animales. Además, el carbono también es un componente clave en los alimentos que consumimos y es una fuente vital de energía para nuestra economía global.

El ciclo del carbono es un proceso continuo en el que este elemento viaja desde la atmósfera al suelo y de vuelta. Como la Tierra es un sistema cerrado, la cantidad total de carbono permanece

constante; lo que cambia es su ubicación. El dióxido de carbono, junto con otros gases naturales tales como el metano (CH<sub>4</sub>), óxido nitroso (N<sub>2</sub>O) y el ozono (O<sub>3</sub>) o también los gases artificiales como los gases fluorados forman parte de los tan famosos gases de efecto invernadero (GEI).

Estos gases de efecto invernadero son los responsables de regular la temperatura del planeta y posibilita la vida en él, ya que sino la temperatura del planeta sería de menos de -19°. Sin embargo, en los últimos 150 años, la actividad humana ha liberado tanto CO<sub>2</sub> que la temperatura global ha aumentado más del 1°C anualmente, y en el año 2023, según el servicio climático de la Unión Europea (UE), ha superado los 1,5°C.

Desde el siglo XVIII se ha empleado el petróleo, sin embargo su uso antiguamente era exclusivo para fines médicos y militares, pues en ese entonces la principal fuente de energía era la madera, la misma que se quemaba para encender fuego y era usado tanto en hogares como en las crecientes fábricas e industrias. Durante dicho siglo, para generar energía algunas plantas de producción empleaban molinos de agua. Fue en el siglo XIX que se dio la llegada de la Revolución Industrial, en donde se utilizaban las máquinas de vapor que usaban en gran medida el carbón, por lo que fue el principal combustible durante

esa época y lo mantuvo hasta mediados del siglo XX. Casi al final de la II Guerra Mundial, el petróleo sustituyó al carbón para generar electricidad porque tenía un menor coste.

Pero si el carbono y, si somos más explícitos, el dióxido de carbono es tan importante: ¿por qué se estipula que debemos eliminarlo, y se usan los términos carbono cero o carbono neutral? Para responder esta inquietud primero debemos tener claro que durante los últimos años, luego de la Revolución industrial, existió un incremento en la cantidad de gases de efecto invernadero y debido a esta condición, la alteración del ciclo del carbono por parte de los humanos está contribuyendo al calentamiento global. Es decir, estamos produciendo más dióxido de carbono y por ende más gases de efecto invernadero.

Según el World Resources Institute, el dióxido de carbono representa el 74% de las emisiones de gases de efecto invernadero. La mayoría de las emisiones de CO<sub>2</sub> (93%) provienen del uso de combustibles fósiles, especialmente para la generación de electricidad y calor, transporte, manufactura y consumo. La silvicultura, que conlleva el uso de suelo y el cambio de uso, es otro sector que constituye (3.3%) a las emisiones de CO<sub>2</sub>, y en gran mayoría se debe a la deforestación.

El término “Carbono cero” se relaciona a la inexistencia total de emisiones de carbono derivadas de la elaboración de un producto o la prestación de un servicio, lo que denota que no se produjo carbono en ninguna etapa de la elaboración o provisión, por lo que no es necesario capturarlo o compensarlo. Un ejemplo podría estar dado por un edificio residencial o comercial que funciona totalmente con energía solar y no utiliza combustibles fósiles. Entonces, cuando se usa el término carbono cero se está refiriendo a la cero emisión de carbono y por ende no habría la necesidad de capturar o compensar el mismo.

Por otro lado tenemos el término “Carbono neutral”, el cual está relacionado en cambio con la eliminación del CO<sub>2</sub> de la atmósfera en igual magnitud de la que realiza su emisión. Si lo decimos de otra manera, sería igualar las emisiones de CO<sub>2</sub> y la absorción del mismo en la atmósfera dando un resultado neutro.

Para realizar esta neutralidad se efectúa una medición de la cantidad de carbono emitido que se conoce como huella de carbono. Luego de saber cuánta emisión existe, se deben realizar acciones que involucren la reducción de estas emisiones y si es posible la eliminación de la mayor parte de la misma. Existen varias maneras en las que se puede reducir la huella de carbono, entre algunas tenemos: el consumo de energía

al mínimo, que esta energía sea 100 % renovable, la inversión en proyectos medioambientales, o la promoción de campañas de sensibilización que incluyan reforestaciones que originen un impacto positivo al planeta.

Por último está el término “Carbono Negativo” el cual está relacionado con el carbono neutral ya que también hay emisión de carbono pero la diferencia se encuentra en que la captación es mayor que la emisión, por lo que se logra, no solo neutralizar el carbono sino también contribuir a eliminar la huella de carbono que otros generan.

Entonces, el exceso de carbono junto con otros elementos está creando un aumento de gases de efecto invernadero (GEI) que están dejando una huella de carbono, la cual puede ser disminuida mediante programas de carbono cero, neutral o negativo.

### 3. Economía Circular y Carbono Cero en Ecuador Avances realizados

Buscando la sostenibilidad, en el plan de acción que se planteó por la Asamblea General de la ONU en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, se menciona lo siguiente:

“Estamos resueltos a poner fin a la pobreza y el hambre en todo el mundo de aquí a 2030, a combatir las desigualdades dentro de los países y entre ellos, a

construir sociedades pacíficas, justas e inclusivas, a proteger los derechos humanos y promover la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de las mujeres y las niñas, y a garantizar una protección duradera del planeta y sus recursos naturales” (Asamblea General de la ONU).

Esta Agenda tiene como base 17 Objetivos con 169 metas que engloban niveles económicos, sociales y ambientales.

El Ecuador ha mostrado su interés en ser parte de esta búsqueda de sustentabilidad a través de la economía circular y la emisión cero de carbono. Esto se demuestra al introducir dos guías, el libro blanco de economía circular para Ecuador y La Ley Orgánica de Economía circular en donde también se mencionan los objetivos de la Agenda 2030 que se están tratando de alcanzar.

Dentro de la Ley Orgánica de Economía Circular Inclusiva encontraremos diseños ecológicos, producción realizada mediante métodos sostenibles disminuyendo los residuos y fomentando la gestión integral de los mismos. Cabe recalcar que la Ley contiene normas y reglamentos que son de carácter obligatorio para todas las entidades, organismos y departamentos del sector público, personas naturales y jurídicas, comunidades, pueblos y nacionalidades que se encuentren en

el territorio ecuatoriano. Asimismo tendrá actualizaciones cada 5 años. Esta norma busca integrar 9Rs de la economía circular: repensar, reutilizar, reparar, restaurar, remanufacturar, reducir, reproponer, reciclar y recuperar. Siete de estas Rs se mencionaron en la primera parte de este artículo como ejes principales de la economía circular; en este enfoque se citan nueve, los cuales están relacionados entre sí y persiguen el mismo objetivo.

Según esta Agenda 2030, en el país se están tomando acciones para aplacar el cambio climático, entre algunas tenemos: la deforestación controlada, la limitación de la contaminación atmosférica, el fomento a la plantación y conservación de la vegetación, protección de biodiversidad, entre otros. Desde el 2012, hemos visto por parte del gobierno y el Ministerio de Medio Ambiente impulsar medidas para la mitigación del cambio climático, un ejemplo de ello es la guía con nombre “Estrategia Nacional de Cambio Climático del Ecuador (ENCC) 2012 - 2025”.

La Comisión Técnica que determina los Factores de Emisión de gases de efecto invernadero (CTFE), de acuerdo al Informe del 2021, determinó que en el sector eléctrico del país en ese año, disminuyeron a 1.204 kilotoneladas las emisiones de dióxido de carbono al ambiente, en comparación con el año

2014 que fueron de 5.922 kilotoneladas (Figura 2). De acuerdo a este informe, esta reducción se produjo gracias a la implementación de energías renovables y el eficiente funcionamiento del Sistema Nacional Interconectado (SNI). Adicionalmente, se cuenta con el plan de Acción REDD+, siglas por Reducción

de Emisiones por deforestación y Degradación de Bosques + Conservación de bosques, manejo sostenible de bosques y la optimización de otros usos de suelo para reducir la presión sobre estos, dando como resultado, la reducción de emisiones de GEI.

**Figura 3. Emisiones de CO<sub>2</sub> del 2014 al 2021 en el Ecuador**



Fuente (CENACE, 2022)

En ese marco, el “Plan de Acción REDD+” busca la preservación, utilización forestal sostenible, abastecimiento de los productos forestales no madereros y la optimización de otras disposiciones de suelo para disminuir la opresión sobre los bosques, reduciendo así las emisiones de GEI. Parte de este Plan tiene como directrices la puesta en

funcionamiento del “Programa Integral Amazónico de Conservación de Bosques y Producción Sostenible”, Así mismo, se ha creado una asociación civil sin fines de lucro con nombre PROAmazonía, que concentra sus actividades en las seis provincias amazónicas con énfasis en la renovación gradual de las prácticas de producción tradicionales en

prácticas productivas sostenibles y que no involucren deforestación. Dando un valor añadido, se realizó el proyecto de “Ganadería Climáticamente Inteligente” que finalizó en el 2020 donde 1056 ganaderos fueron beneficiados. En este proyecto, se ayudó a la mejora de la productividad cárnica y lechera, ayudando a reducir la degradación de los suelos, el incremento en la capacidad adaptativa al cambio y la reducción de emisiones de GEI.

En resumen, en Ecuador se han realizado varios avances en cuanto a la economía circular, la disminución de emisiones de gases de efecto invernadero como el carbono, el mejoramiento en los procesos productivos sostenibles programas para la conservación de bosques y la reducción de degradación de suelos.

#### 4. Caso Ejemplo y su aporte a la Economía Circular y Carbono cero en Ecuador

En el año 2021, el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica y las empresas Arca Continental, Coca-Cola y Tonicorp suscribieron un convenio voluntario donde se comprometían a realizar acciones dirigidas hacia economía circular, sustentabilidad hídrica y mitigación del cambio climático, en miras al cumplimiento de este acuerdo se han realizado trabajos conjuntos para fortalecer la producción

y consumo sostenible. La empresa Tonicorp hace más de 15 años, ha impulsado actividades para alcanzar la sostenibilidad. Entre algunas de sus actividades está el programa de desarrollo productivo de los ganaderos y el ambiental, que promueve un modelo productivo ligado al sistema de economía circular, con el objetivo de que los materiales y los recursos tales como agua, energía, suelo, entre otros, sean reutilizados y aprovechados.

Incluso en su programa de ganadería sostenible se ha adherido en el sistema silvopastoril, una práctica agroforestal que se basa en la combinación deliberada de árboles, plantas forrajeras y ganado en una misma superficie con el objetivo de obtener una estabilidad ambiental, social y económica.

A través de esta iniciativa, se realiza una gestión de residuos e implementación de programas de mitigación de CO<sub>2</sub>. De esta manera, Tonicorp introdujo la primera Hacienda Carbono Negativo en el Ecuador, la cual compensa más del 100% del CO<sub>2</sub> que emite.

Cabe recalcar que, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el 31 por ciento de las emisiones de CO<sub>2</sub> son generadas por los procesos agroalimentarios que realiza el ser humano. Para ser más específicos, algunas de estas actividades estarían



dadas por la producción ganadera, lo cual incluye la deforestación, la producción ganadera, la gestión de los suelos y el desperdicio de alimentos. Según datos del World Resources Institute, las principales emisiones son de la ganadería y el estiércol (5.9%), otras industrias (4.5%) y los suelos agrícolas (4.2%).

Tonicorp, gracias a la colaboración de sus proveedores incentivó el plan Carbono neutral, y el 5 de abril del 2023, uno de ellos, la Hacienda San Adolfo, del Grupo Noboa obtuvo la certificación Carbono Negativo, convirtiéndose en la primera hacienda en el Ecuador en alcanzar este logro. La finca que se encuentra en el cantón Bucay, provincia del Guayas, cuenta con 841 hectáreas, aproximadamente 1.400 animales y produce 3.200 litros de leche semanales. Este proceso comenzó en el año 2021, Tonicorp asesoró a la Hacienda, quien junto de la mano de su gerente el Ing. Rafael Velarde, comenzaron las preparaciones para llegar a obtener este reconocimiento. La Hacienda San Adolfo localizada en Bucay comenzó el camino de la regeneración al devolverle la vida a los suelos degradados que por muchos años se utilizaron de manera tradicional.

"Es una motivación muy grande saber que estamos devolviéndole a la naturaleza un poquito de tanto de lo que nos da, nos permite tener animales, cosechar diferentes tipos de cultivos

y nosotros como seres humanos lo único que hemos hecho es degradarla..." (Rafael Velarde, 2023, El Universo)

El comienzo, según el Ing. Velarde, se dio desde la medición de la huella de carbono determinando cual era impacto que tenían con las actividades ganaderas, esto resultó en 2.178 toneladas al año. Luego se determinó qué prácticas de remediación podría llevarse a cabo para capturar ya sea igual cantidad de la que se emite o en mayor cantidad. Lo cual derivó en una carbono negatividad de 55.822 toneladas, que es el resultado de restar los 2.178 toneladas que se están emitiendo con las 58.000 toneladas de CO2 que se están capturando.

Entre las prácticas de remediación empleadas están: la instalación de un biodigestor, aprovechando los residuos orgánicos de los animales para que estos sean reutilizados en el campo y la ganadería regenerativa, que se enfoca en la recuperación de los suelos, eliminando el uso de químicos, herbicidas, fertilizantes e insecticidas.

En consecuencia, la hacienda San Adolfo de la mano de Tonicorp, pasó de un sistema tradicional de ganadería a un sistema de ganadería regenerativa que ayuda a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, preservar pastizales naturales y regenerar los suelos para cultivos vegetales.

## Conclusiones

La economía circular como vocablos se divide en los conceptos de "economía" y "circular". La economía, por un lado, representa la gestión eficiente de recursos escasos para su distribución equitativa. Mientras que el término "circular" sugiere un ciclo cerrado donde los recursos son reutilizados o diseñados para tener un segundo uso al finalizar su ciclo inicial.

A diferencia del modelo económico lineal, cuyo enfoque "extraer, producir, desechar", la economía circular busca reducir el uso de recursos no renovables mediante el reciclaje, la reparación y la reutilización de productos. Este modelo circular se divide en dos ciclos: el técnico (materiales no biodegradables como plásticos y metales) y el biológico (materiales biodegradables como cartón o madera). La correcta separación de estos materiales es esencial para evitar impactos negativos en su ciclo natural.

Entonces, la economía circular es clave para lograr un desarrollo sostenible, tal como lo define el informe Brundtland de 1987: satisfacer las necesidades presentes sin comprometer las futuras.

Por otro lado tenemos que el carbono es un elemento clave para la vida en la Tierra y se encuentra en moléculas esenciales como las proteínas y el ADN. Está presente en la atmósfera como

dióxido de carbono (CO2) y desempeña un papel fundamental en el ciclo del carbono, un proceso continuo en el que este elemento se transfiere entre la atmósfera, los seres vivos y el suelo. El carbono también es esencial para la economía global, ya que se utiliza en alimentos y combustibles fósiles, como el petróleo y el gas. El ciclo del carbono forma parte de los gases de efecto invernadero (GEI), que regulan la temperatura del planeta.

Sin embargo, desde la Revolución Industrial, las actividades humanas han aumentado las emisiones de CO2, lo que ha llevado a un incremento en la temperatura global, superando los 1.5°C en 2023. El "carbono cero" se refiere a la inexistencia total de emisiones de carbono en la producción de bienes o servicios.

Por otro lado, el "carbono neutral" implica equilibrar las emisiones de CO2 con su absorción, y el "carbono negativo" significa capturar más carbono del que se emite, contribuyendo a reducir la huella de carbono. El exceso de GEI está acelerando el calentamiento global, por lo que es crucial implementar estrategias para reducir estas emisiones y mitigar el impacto ambiental.

La Agenda 2030 de la ONU busca erradicar la pobreza, reducir desigualdades y proteger el planeta mediante 17 Objetivos de Desarrollo

Sostenible (ODS). Ecuador apoya estos objetivos con iniciativas centradas en la economía circular y la emisión cero de carbono. Ha implementado la Ley Orgánica de Economía Circular Inclusiva, que promueve prácticas sostenibles en producción y gestión de residuos, integrando 9 Rs: repensar, reutilizar, reparar, restaurar, remanufacturar, reducir, reproponer, reciclar y recuperar.

Ecuador también impulsa la lucha contra el cambio climático a través de la Estrategia Nacional de Cambio Climático (2012-2025), que ha reducido significativamente las emisiones de CO2 en el sector eléctrico mediante energías renovables. Las iniciativas del plan REDD+ y ProAmazonía buscan conservar y manejar sosteniblemente los bosques, disminuyendo la deforestación y las emisiones de GEI, mientras que el proyecto "Ganadería Climáticamente Inteligente" ha beneficiado a más de mil ganaderos, mejorando la productividad y reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero. Estos esfuerzos muestran el avance de Ecuador hacia la sostenibilidad.

En 2021, el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica de Ecuador firmó un acuerdo con Arca Continental, Coca-Cola y Tonicorp para promover la economía circular, la sostenibilidad hídrica y la mitigación del cambio climático. Tonicorp ha trabajado en la sostenibilidad por más de 15 años,

impulsando programas como el desarrollo productivo de ganaderos y la ganadería sostenible mediante el sistema silvopastoril, que combina árboles, forraje y ganado para mejorar el medio ambiente. Además, introdujo la primera Hacienda Carbono Negativo del Ecuador, la Hacienda San Adolfo, que compensa más del 100% de sus emisiones de CO2.

La producción agroalimentaria, especialmente la ganadera, es responsable del 31% de las emisiones de CO2 a nivel global, según la FAO. Tonicorp implementó un plan de Carbono Neutral junto con sus proveedores, logrando que en 2023 la Hacienda San Adolfo obtuviera la certificación de Carbono Negativo.

Este logro fue posible gracias a prácticas como la ganadería regenerativa y la instalación de un biodigestor, que aprovecha los residuos orgánicos y elimina el uso de productos químicos. La transición de un sistema ganadero tradicional a uno regenerativo en la Hacienda San Adolfo ha permitido reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, regenerar suelos y preservar pastizales naturales.

Es así que tanto la economía circular como los programas de carbono neutral son un objetivo a nivel mundial, que implica un cambio de pensamiento, creando nuevos paradigmas y nuevos sistemas

económicos que buscan preservar los recursos naturales, aumentar la eficiencia del uso de estos reduciendo el impacto ambiental y mejorar el bienestar de todos los que formamos parte del planeta. El Ecuador se ha unido a este enfoque con resultados positivos, tal es el ejemplo de la empresa Tonicorp en conjunto con la Hacienda San Adolfo, la primera en obtener certificación de carbono negativo. Estos resultados nos confirman que el Ecuador ya es parte de esta tendencia mundial que busca sostenibilidad a largo plazo.

## 33. Referencias

- Carchi, C. (2023, abril 23). Hacienda San Adolfo aplica la ganadería regenerativa, ahora con su reciente Certificación Carbono Negativo. El Universo. <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/hacienda-san-adolfo-aplica-la-ganaderia-regenerativa-ahora-con-su-reciente-certificacion-carbono-negativo-nota/>
- Ciclo del carbono. (2018, septiembre 11). Portal Académico del CCH. <https://e1.portalacademico.cch.unam.mx/alumno/biologia2/estructura-procesos-ecosistema/ciclo-carbono>
- Communications. (2021, julio 2). ¿Qué es el combustible fósil? La energía que se obtiene de la materia orgánica. BBVA. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-combustible-fosil-la-energia-que-se-obtiene-de-la-materia-organica/>
- Duarte, Y. P. (2023, marzo 14). ECONOMÍA CIRCULAR Y CARBONO CERO, NUEVAS TENDENCIAS PARA CREAR VALOR - Colombia Excelente. Colombia Excelente - Representante oficial para Colombia de la Fundación Europea para la Excelencia EFQM. <https://colombiaexcelente.org/economia-circular-y-carbono-cero-nuevas-tendencias-para-crear-valor/>
- Economía circular: definición, importancia y beneficios. (s/f). Temas | Parlamento Europeo. Recuperado el 5 de septiembre de 2024, de <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20151201STO05603/economia-circular-definicion-importancia-y-beneficios>
- Ecuador avanza hacia la disminución de emisiones de CO2 en el sector eléctrico – Ministerio de Energía y Minas. (s/f). Gob.ec. Recuperado el 5 de septiembre de 2024, de <https://www.recursosyenergia.gob.ec/ecuador-avanza-hacia-la-disminucion-de-emisiones-de-co2-en-el-sector-electrico/>
- Hacienda San Adolfo le devuelve la vida a los suelos degradados y obtiene la “Certificación Carbono Negativo” – EntretenidosEc. (s/f). Entretenidosec.com. Recuperado el 5 de septiembre de 2024, de <https://entrenidosec.com/hacienda-san-adolfo-le-devuelve-la-vida-a-los-suelos-degradados-y-obtiene-la-certificacion-carbono-negativo/>
- Introducción a la economía circular. (s/f). Ellenmacarthurfoundation.org. Recuperado el 5 de septiembre de 2024, de <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/temas/presentacion-economia-circular/vision-general>
- La economía circular: un modelo económico que lleva al crecimiento y al empleo sin comprometer el medio ambiente. (2021, marzo 26). Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2021/03/1490082>
- Lara, F. (2023, abril 5). Hacienda ganadera en Ecuador logra certificación carbono negativo. EDITORIAL VISTAZO. <https://www.vistazo.com/enfoque/hacienda-ganadera-en-ecuador-logra-certificacion-carbono-negativo-NH4845870>
- Los mil y un usos del dióxido de carbono, un “villano” necesario de nuestro tiempo. (2022, diciembre 5). National Geographic. <https://www.nationalgeographic.es/medio-ambiente/dioxido-de-carbono-por-que-es-malo-y-bueno>
- Mackenzie, F.T. (2003). Our Changing Planet: An Introduction to Earth Science and Global Environmental Change. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- NASA, earth observatory. Visitado el 14 de enero de 2008 en [http://earthobservatory.nasa.gov/Library/CarbonCycle/carbon\\_cycle.html](http://earthobservatory.nasa.gov/Library/CarbonCycle/carbon_cycle.html)
- ¿Qué es la Economía Circular? (s/f). Ceupe.do. Recuperado el 5 de septiembre de 2024, de <https://www.ceupe.do/blog/que-es-la-economia-circular.html>
- (S/f). Lpb.org. Recuperado el 5 de septiembre de 2024, de <http://www.lpb.org/education/classroom/itv/envirotacklebox/nttfiles/etpdf/6gdCarbon.pdf>
- Tarback, E.J., & Lutgens, F.K. (2002). Earth: An Introduction to Physical Geology. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Vista de una economía lineal a una economía circular. El caso de Inditex. (s/f). Udim.es. Recuperado el 5 de septiembre de 2024, de <https://revistas.cef.udima.es/index.php/RCyT/article/view/7355/6825>



## IMPACTO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL: REDEFINIENDO EL PANORAMA DE LAS MIPYMES

### IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE: REDEFINING THE LANDSCAPE OF MSMEs

*Jorge Merchán Riera, Roddy Cabezas Padilla, Carlos Mora Espinoza*  
*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

Este artículo explora cómo la Inteligencia Artificial (IA) está transformando las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), con un enfoque en los beneficios obtenidos y los desafíos que enfrentan para su adopción plena. A través de una revisión de literatura, informes y estudios de caso, se identifican las principales tendencias y factores que influyen en la adopción de la IA y su impacto en la productividad y transformación operativa de estas empresas. La IA permite a las MIPYMES automatizar tareas, optimizar la toma de decisiones y ofrecer experiencias personalizadas a sus clientes, pero barreras como la falta de capacitación y los altos costos de implementación siguen limitando su adopción. Con el apoyo adecuado y una estrategia clara, las MIPYMES pueden superar estos obstáculos y aprovechar el potencial de la IA para aumentar su competitividad en el mercado global.

**Palabras clave:** Inteligencia Artificial, MIPYMES, Automatización, Transformación Digital, Adopción Tecnológica.

#### Abstract

This article explores how Artificial Intelligence (AI) is transforming micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs), focusing on the benefits gained and the challenges they face in achieving full adoption. Through a review of literature, reports, and case studies, the main trends and factors influencing the adoption of AI and its impact on productivity and operational transformation are identified. AI allows MSMEs to automate tasks, optimize decision-making, and offer personalized experiences to their customers. However, barriers such as a lack of training and high implementation costs continue to limit adoption. With adequate support and a clear strategy, MSMEs can overcome these obstacles and harness the potential of AI to enhance their competitiveness in the global market.

**Keywords:** Artificial Intelligence, MSMEs, Automation, Digital Transformation, Technological Adoption.

## Introducción

La Inteligencia Artificial (IA) ha emergido como una de las tecnologías más disruptivas de la era digital, con el potencial de transformar todos los sectores de la economía, desde la manufactura hasta los servicios. En los últimos años, la adopción de la IA ha crecido rápidamente entre las grandes corporaciones, que han aprovechado sus capacidades para mejorar la eficiencia, reducir costos y optimizar la toma de decisiones. Sin embargo, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) han empezado a reconocer los beneficios potenciales que la IA puede ofrecer para transformar sus operaciones, democratizando el acceso a las tecnologías avanzadas.

Las MIPYMES representan un componente vital de la economía global. De acuerdo con el Banco Mundial, estas empresas constituyen aproximadamente el 90% del total de las empresas y generan más del 50% del empleo mundial. En países de ingresos bajos y medios, las MIPYMES desempeñan un papel crucial en el crecimiento económico y la reducción de la pobreza, contribuyendo a la estabilidad social y económica de muchas regiones. No obstante, a pesar de su importancia, las MIPYMES enfrentan limitaciones estructurales significativas, tales como la falta de acceso a financiamiento, recursos tecnológicos limitados y la

escasez de personal capacitado, lo que puede dificultar la adopción de tecnologías avanzadas como la IA.

La IA ofrece una oportunidad única para que las MIPYMES puedan superar estos obstáculos y lograr niveles de competitividad que antes estaban fuera de su alcance. Las aplicaciones de IA, como el análisis predictivo, la automatización de procesos y los chatbots para la atención al cliente, permiten a las MIPYMES mejorar su eficiencia, reducir costos y ofrecer experiencias personalizadas a sus clientes. Por ejemplo, el uso de algoritmos de aprendizaje automático puede ayudar a las MIPYMES a optimizar sus cadenas de suministro, anticiparse a las demandas del mercado y reducir el desperdicio de recursos. Del mismo modo, la implementación de chatbots y asistentes virtuales permite a las pequeñas empresas ofrecer soporte al cliente las 24 horas, mejorando la satisfacción del cliente sin incrementar significativamente los costos operativos. Un informe de Deloitte señala que las empresas que adoptan IA pueden experimentar un aumento de hasta un 25% en su productividad.

Además, un estudio de McKinsey & Company sugiere que las empresas que integran IA en sus procesos de toma de decisiones pueden mejorar sus resultados en áreas clave como ventas, marketing y operaciones. Para

las MIPYMES, que suelen operar con márgenes de beneficio ajustados y limitaciones en su capacidad de escalar, estas mejoras pueden marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso en un entorno empresarial cada vez más competitivo.

Sin embargo, la adopción de IA por parte de las MIPYMES sigue siendo limitada. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el 60% de las pequeñas empresas consideran que los costos son la principal barrera para adoptar tecnologías digitales avanzadas. La falta de habilidades técnicas es otra barrera importante, ya que muchas MIPYMES no cuentan con personal capacitado para implementar y mantener sistemas de IA.

Además, la resistencia al cambio cultural y la percepción de que la IA puede reemplazar empleos en lugar de complementarlos también contribuyen a la lentitud en la adopción de esta tecnología. En este contexto, este artículo tiene como objetivo analizar el impacto de la IA en las MIPYMES, explorando cómo está redefiniendo sus operaciones, los beneficios que puede generar y los desafíos que estas empresas deben superar para adoptar plenamente esta tecnología. A través de estudios de caso y ejemplos prácticos, se ilustrará cómo algunas MIPYMES han implementado con

éxito la IA, proporcionando lecciones valiosas para otras empresas que desean iniciar su propio proceso de transformación digital. Además, se explorarán las tendencias emergentes en el uso de IA en las MIPYMES y se ofrecerán recomendaciones para maximizar los beneficios y superar las barreras asociadas a la adopción de esta tecnología.

## Metodología

Este estudio se basa en una revisión sistemática de la literatura para investigar la adopción de la Inteligencia Artificial (IA) en micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). La revisión incluyó artículos académicos, informes de consultoras internacionales y estudios de caso que abarcan diversos aspectos relacionados con la implementación de IA en las MIPYMES, como la automatización de procesos, el análisis de datos, la mejora en la toma de decisiones, y las barreras que limitan su adopción.

El proceso de revisión se llevó a cabo en varias etapas. En primer lugar, se realizó una búsqueda exhaustiva en bases de datos académicas como Scopus, Google Scholar y ScienceDirect, utilizando palabras clave como "Inteligencia Artificial", "MIPYMES", "Automatización", "Adopción Tecnológica" y "Transformación Digital". Se seleccionaron estudios publicados



entre 2010 y 2023, con un enfoque en investigaciones que trataran específicamente el impacto de la IA en las pequeñas y medianas empresas. También se incluyeron informes de organizaciones internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y el Banco Mundial, ya que proporcionan una perspectiva global sobre los desafíos y oportunidades que enfrentan las MIPYMES en el uso de IA.

En la segunda etapa, se aplicaron criterios de inclusión y exclusión. Se incluyeron estudios que proporcionaran evidencia sobre la implementación de IA en MIPYMES, centrándose en su impacto en la eficiencia operativa y la toma de decisiones, así como en las barreras tecnológicas, financieras y culturales para su adopción. Se excluyeron aquellos estudios que se enfocaban únicamente en grandes corporaciones o que no ofrecían datos aplicables al contexto de las MIPYMES. El conjunto final incluyó 25 artículos y reportes clave.

El análisis de los documentos se realizó en tres áreas principales: en primer lugar, el impacto de la IA en la eficiencia operativa, destacando la automatización de procesos y la reducción de costos a través de la optimización de recursos. En segundo lugar, se evaluó cómo la IA mejora la toma de decisiones empresariales, particularmente mediante el uso de análisis predictivo

y herramientas de procesamiento de grandes volúmenes de datos en tiempo real. En tercer lugar, se identificaron las barreras que enfrentan las MIPYMES para implementar la IA, tales como la falta de financiamiento, la escasez de personal capacitado y la resistencia cultural al cambio. La tercera fase del estudio consistió en una comparación de los hallazgos para identificar patrones comunes y diferencias en la adopción de IA según el sector y la región. Se observó que, aunque las MIPYMES de sectores tecnológicos muestran una mayor adopción de IA, las empresas de sectores tradicionales, como la manufactura y los servicios, aún enfrentan serios obstáculos.

Además, las barreras económicas y la falta de capacitación prevalecen en la mayoría de los estudios analizados. Finalmente, los resultados fueron sintetizados en una visión general que resalta tanto los beneficios que la IA puede aportar a las MIPYMES, como los desafíos que deben superarse para lograr una adopción más generalizada. Esta metodología ofrece una perspectiva amplia sobre el estado actual de la adopción de IA en las MIPYMES y proporciona una base sólida para futuras investigaciones.

## Resultados

1. Adopción de la IA en las MIPYMES  
La adopción de la Inteligencia Artificial

(IA) en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsada principalmente por la necesidad de mejorar la eficiencia operativa y aumentar la competitividad en un entorno económico cada vez más digital y globalizado.

Aunque las grandes corporaciones fueron las primeras en adoptar la IA, las MIPYMES han comenzado a reconocer el valor de las herramientas impulsadas por esta tecnología, como el análisis predictivo, la automatización de procesos y los sistemas de gestión inteligente, que pueden ser particularmente útiles para empresas que operan con recursos limitados.

Un informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) subraya que la adopción de IA entre las MIPYMES varía significativamente según el sector y la región. Las empresas de tecnología y servicios han mostrado una mayor inclinación hacia la adopción de soluciones de IA en comparación con sectores más tradicionales como la manufactura y el comercio minorista.

A medida que la IA se vuelve más accesible y se reducen los costos de implementación, se espera que más MIPYMES en sectores diversos adopten estas tecnologías en los próximos años. Sin embargo, la velocidad de

adopción sigue siendo desigual, con diferencias marcadas entre las regiones desarrolladas y las economías emergentes.

En el contexto de la gestión de inventarios, la IA se ha convertido en una herramienta clave para la optimización de procesos. En el sector del retail, las empresas están utilizando IA para predecir la demanda de productos y optimizar sus cadenas de suministro, lo que reduce el desperdicio y mejora la satisfacción del cliente al garantizar la disponibilidad de productos.

Un estudio de Deloitte (2020) reveló que las MIPYMES que integraron IA en sus procesos de gestión de inventarios lograron una reducción del 15% en los costos relacionados con la gestión de stock, y un aumento del 20% en la satisfacción del cliente debido a la mejora en la disponibilidad de productos.

Otro ejemplo de adopción de IA es el uso de chatbots y asistentes virtuales para mejorar la experiencia del cliente. Las MIPYMES, especialmente en el sector de servicios, han implementado estas tecnologías para gestionar consultas y reservas las 24 horas del día.

Esto ha permitido a empresas como agencias de viajes pequeñas y medianas mejorar significativamente su capacidad de respuesta al cliente, sin aumentar los costos de personal. Los chatbots

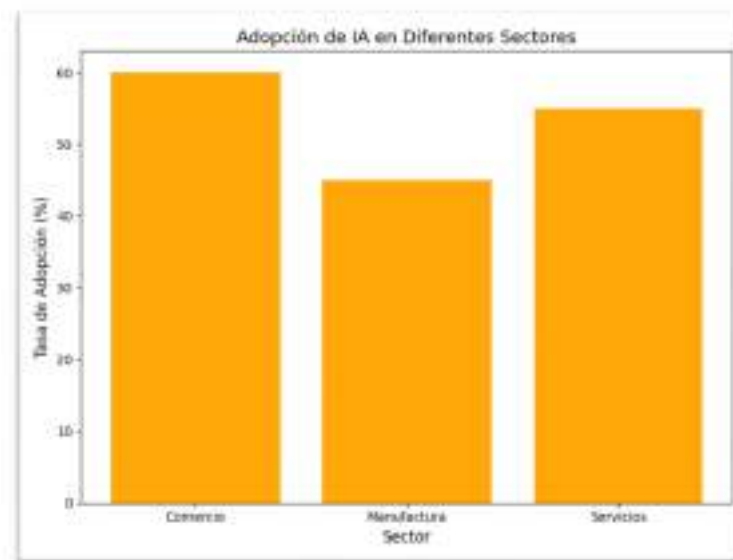
también se utilizan en sectores como el comercio electrónico, donde pueden ayudar a los clientes a encontrar productos o resolver problemas de manera rápida y eficiente. Un estudio de PwC (2019) destacó que el 40% de las empresas que implementaron chatbots reportaron una reducción de más del 25% en los costos operativos relacionados con el servicio al cliente, además de mejoras en la experiencia del usuario.

En el ámbito de los recursos humanos, la IA también está ayudando a las MIPYMES a optimizar el proceso de selección de personal. La automatización de procesos como el análisis de currículos y la preselección de candidatos ha reducido el tiempo y los costos asociados con la contratación.

Según McKinsey & Company (2021), más del 50% de las empresas que han adoptado IA en sus departamentos de recursos humanos reportaron una mejora en la calidad de los candidatos seleccionados y una disminución en el tiempo dedicado a la contratación.

Este uso de IA no solo ha permitido a las MIPYMES mejorar su eficiencia, sino también reducir la rotación de personal al seleccionar candidatos más adecuados para los roles disponibles.

**Gráfico 1: Adopción de IA en Diferentes Sectores.**



Este gráfico muestra la tasa de adopción de IA en los sectores de comercio, manufactura y servicios, destacando que el sector comercial lidera la adopción de inteligencia artificial.

## 2. Barreras para la Adopción de IA en las MIPYMES

A pesar de los numerosos beneficios, muchas MIPYMES enfrentan barreras significativas para la adopción de la IA. Una de las principales barreras es el alto costo inicial de implementación. Las pequeñas empresas, que a menudo operan con márgenes de ganancia reducidos y con recursos financieros limitados, perciben la inversión en tecnologías de IA como prohibitiva. Según el Banco Mundial (2020), el 65%

de las MIPYMES que no han adoptado IA mencionan los costos como la principal razón para no hacerlo. Además de los costos financieros, la falta de conocimiento y habilidades técnicas es otro obstáculo importante para la adopción de la IA en las MIPYMES. La falta de personal capacitado para implementar y mantener sistemas de IA es un problema recurrente, especialmente en sectores donde el nivel de digitalización es bajo. Un estudio de Accenture (2018) reveló que más del 58% de las MIPYMES en

América Latina reportan dificultades para encontrar personal calificado que pueda gestionar tecnologías avanzadas como la IA, lo que limita su capacidad para adoptar estas soluciones. Esta falta de personal especializado también conduce a una mayor dependencia de consultores y expertos externos, lo que puede aumentar los costos asociados con la implementación.

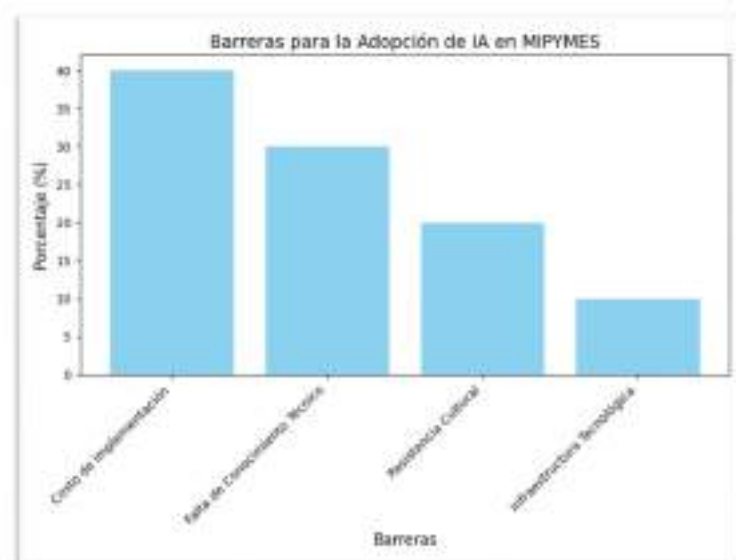
La resistencia al cambio cultural dentro de las organizaciones también representa un obstáculo significativo. La adopción de IA a menudo requiere una transformación cultural y organizacional, y muchos empleados perciben la automatización como una amenaza a sus puestos de trabajo. En las MIPYMES, donde los equipos suelen ser más reducidos, esta resistencia puede ser más marcada, ya que los empleados pueden sentir que la automatización de sus tareas pone en peligro su seguridad laboral. Además, en sectores más tradicionales, como la manufactura, la resistencia al cambio puede estar más arraigada.

Un informe de la OCDE (2020) señala que, aunque el 70% de las grandes empresas están explorando activamente el uso de IA, menos del 30% de las MIPYMES lo están haciendo, debido en parte a la resistencia interna y a la falta de visión sobre cómo la IA puede beneficiar a sus operaciones. Por último, la infraestructura tecnológica insuficiente

es otra barrera crítica para la adopción de IA. En muchas regiones, especialmente en países en desarrollo, las MIPYMES carecen del acceso a una infraestructura digital robusta, como internet de alta velocidad y almacenamiento en la nube, que son necesarios para la implementación de soluciones basadas

en IA. Un informe de la OCDE (2020) resalta que solo el 25% de las MIPYMES en economías emergentes tienen acceso a las herramientas tecnológicas necesarias para implementar IA, lo que limita considerablemente su capacidad para transformar digitalmente sus operaciones.

**Gráfico 2: Barreras para la Adopción de IA en las MIPYMES**



Este gráfico muestra las principales barreras para la adopción de inteligencia artificial en las MIPYMES, destacando el costo de implementación y la falta de conocimiento técnico como los obstáculos más significativos.

### 3. Beneficios de la IA para las MIPYMES

A pesar de las barreras, los beneficios de la IA para las MIPYMES son considerables y están bien documentados. La automatización de procesos es uno de los principales

beneficios que las MIPYMES pueden obtener al adoptar IA. La automatización permite a las empresas reducir el tiempo y los recursos necesarios para completar tareas repetitivas, como la gestión de inventarios, la facturación y la atención

al cliente. Esto es particularmente relevante para las MIPYMES, que suelen operar con recursos limitados y necesitan maximizar la eficiencia de sus operaciones.

Un ejemplo destacado es el uso de sistemas de gestión de inventarios impulsados por IA en el sector manufacturero. Las MIPYMES han utilizado estas herramientas para prever la demanda, ajustar los niveles de stock en función de las necesidades del mercado y mejorar la eficiencia operativa general. Según un informe de McKinsey & Company (2021), las empresas que implementaron IA en la gestión de inventarios vieron una reducción del 20% en los costos operativos asociados con el exceso de inventario y una mejora significativa en la capacidad de respuesta a las fluctuaciones de la demanda del mercado.

Además de la automatización, la IA ofrece beneficios importantes en el análisis de datos. Las herramientas de análisis predictivo basadas en IA permiten a las MIPYMES tomar decisiones más informadas y estratégicas, al proporcionar información valiosa sobre las tendencias del mercado, el comportamiento de los consumidores y

el rendimiento operativo. Las empresas que integran IA en su proceso de toma de decisiones pueden identificar oportunidades de mercado con mayor precisión y adaptar sus estrategias en función de los datos disponibles. Un estudio de PwC (2019) señaló que las empresas que utilizan IA para análisis predictivos vieron un aumento del 30% en su capacidad para prever cambios en la demanda del cliente, lo que les permitió optimizar sus operaciones y mejorar la satisfacción del cliente.

Finalmente, la IA también puede mejorar significativamente la toma de decisiones dentro de las MIPYMES. La capacidad de la IA para procesar grandes volúmenes de datos en tiempo real permite a las empresas reaccionar más rápidamente a los cambios del mercado y ajustar sus operaciones en consecuencia. Esta flexibilidad es clave para las MIPYMES, que a menudo operan en entornos altamente competitivos y necesitan adaptarse rápidamente a las condiciones cambiantes del mercado. La capacidad de obtener insights valiosos de grandes conjuntos de datos no solo ayuda a optimizar operaciones, sino que también facilita la planificación estratégica a largo plazo.

Tabla 1: Beneficios de la IA para las MIPYMES.

| Área de Aplicación         | Beneficio Clave                           | Impacto en las MIPYMES                                      |
|----------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Automatización de procesos | Reducción de tiempo en tareas repetitivas | Aumento de eficiencia y reducción de costos operativos      |
| Toma de decisiones         | Análisis predictivo                       | Mejor toma de decisiones basada en datos en tiempo real     |
| Atención al cliente        | Uso de chatbots                           | Mejora en la satisfacción del cliente y reducción de costos |

Esta tabla resume los principales beneficios que la IA aporta a las MIPYMES en distintas áreas de aplicación, como la automatización de procesos, la toma de decisiones y la atención al cliente.

Discusión

Los resultados de este estudio confirman que la Inteligencia Artificial (IA) tiene el potencial de transformar profundamente las operaciones de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), permitiéndoles competir de manera más efectiva en un mercado global cada vez más digitalizado.

Entre los principales beneficios que se han identificado, destacan la automatización de procesos y el análisis de grandes volúmenes de datos, lo que tiene un impacto directo en la mejora de la eficiencia operativa. La IA permite a las MIPYMES reducir costos y optimizar recursos, lo que es particularmente relevante para empresas que operan con limitaciones financieras y de personal. En el ámbito de la automatización, la IA puede asumir tareas repetitivas,

como la gestión de inventarios y la atención al cliente a través de chatbots, liberando así a los empleados para que se concentren en actividades de mayor valor estratégico, como la innovación o la expansión a nuevos mercados.

La adopción de chatbots en particular ha demostrado ser eficaz para mejorar la experiencia del cliente, lo que se traduce en una mayor satisfacción y retención. Asimismo, las herramientas de análisis predictivo permiten a las MIPYMES tomar decisiones más informadas y basadas en datos, lo que mejora la capacidad de anticipar cambios en la demanda del mercado, gestionar la cadena de suministro de manera más eficiente y ajustar estrategias comerciales en tiempo real.

Sin embargo, a pesar de estos beneficios, el estudio también pone

de relieve las barreras significativas que aún impiden que las MIPYMES adopten plenamente la IA. El alto costo inicial de implementación sigue siendo uno de los principales obstáculos. Aunque los costos de la tecnología están disminuyendo progresivamente, muchas pequeñas empresas aún perciben la inversión en IA como prohibitiva.

Este problema es más pronunciado en economías emergentes, donde las MIPYMES no tienen acceso a financiamiento adecuado para realizar las inversiones iniciales necesarias. En este sentido, el acceso a subvenciones, incentivos fiscales y financiamiento específico para la adopción de IA podría ser clave para ayudar a estas empresas a superar esta barrera.

Otra barrera importante es la falta de conocimientos técnicos. Muchas MIPYMES no cuentan con personal capacitado en IA y otras tecnologías avanzadas, lo que limita su capacidad para implementar y mantener estas soluciones. Esta falta de conocimientos internos no solo dificulta la adopción de IA, sino que también aumenta los costos de implementación al requerir la contratación de consultores o expertos externos. Un informe de Accenture (2018) reveló que más del 50% de las MIPYMES en América Latina consideran que la falta de habilidades técnicas es un obstáculo importante para la adopción

de tecnologías de IA. Para superar esta barrera, es fundamental que las empresas inviertan en la capacitación de su personal y fomenten una cultura de aprendizaje continuo.

La resistencia al cambio cultural dentro de las empresas también es un factor clave que ralentiza la adopción de IA. La implementación de tecnologías disruptivas como la IA requiere un cambio en la mentalidad organizacional, y los empleados a menudo ven la automatización como una amenaza a su estabilidad laboral. En muchos casos, esta resistencia se debe a una falta de comprensión sobre el papel que la IA puede desempeñar en la mejora del trabajo humano, en lugar de reemplazarlo.

Las MIPYMES que logran crear una cultura organizacional que valore la innovación y promueva el uso de tecnologías como la IA estarán mejor posicionadas para aprovechar las oportunidades que ofrece esta tecnología.

Además, la infraestructura tecnológica insuficiente sigue siendo un desafío importante, especialmente en países en desarrollo. La falta de acceso a internet de alta velocidad y a plataformas en la nube limita la capacidad de las MIPYMES para implementar soluciones de IA que requieren grandes volúmenes de datos y procesamiento en tiempo real.

El desarrollo de infraestructuras digitales más robustas, combinadas con políticas públicas que promuevan la adopción de IA, podría ser esencial para cerrar la brecha tecnológica entre las grandes empresas y las MIPYMES.

En resumen, aunque los beneficios de la IA para las MIPYMES son evidentes, las barreras para su adopción siguen siendo significativas. Las empresas deben adoptar un enfoque estratégico que incluya la colaboración con expertos externos, la inversión en capacitación de personal y la creación de una cultura organizacional que promueva la innovación. Con el apoyo adecuado en términos de políticas públicas, financiamiento y acceso a infraestructura digital, las MIPYMES pueden superar estos desafíos y aprovechar plenamente el potencial de la IA para transformar sus operaciones y mejorar su competitividad en el mercado global.

## Conclusiones

La Inteligencia Artificial (IA) representa una oportunidad significativa para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) al ofrecer herramientas que pueden mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y facilitar la toma de decisiones informadas. A medida que la IA se vuelve más accesible, las MIPYMES tienen la posibilidad de aprovechar sus capacidades para automatizar procesos,

optimizar la gestión de inventarios, mejorar la atención al cliente y analizar grandes volúmenes de datos para ajustar sus estrategias comerciales en tiempo real (Deloitte, 2020).

Sin embargo, la adopción de IA por parte de las MIPYMES no está exenta de desafíos. Las barreras económicas, técnicas y culturales siguen siendo obstáculos importantes que muchas empresas deben superar para implementar con éxito tecnologías avanzadas como la IA. El alto costo inicial de implementación es una de las barreras más mencionadas, especialmente para las empresas que operan con márgenes de ganancia reducidos (Banco Mundial, 2020).

Por lo tanto, el acceso a financiamiento adecuado, subvenciones y programas de incentivos fiscales es crucial para ayudar a las MIPYMES a realizar las inversiones iniciales necesarias para adoptar IA (PwC, 2019).

Además de los desafíos financieros, la falta de habilidades técnicas dentro de las MIPYMES limita su capacidad para implementar y gestionar sistemas basados en IA. Muchas pequeñas empresas no cuentan con el personal capacitado necesario para adoptar y mantener estas tecnologías, lo que conduce a una mayor dependencia de consultores externos. Para superar esta barrera, es esencial que las MIPYMES

inviertan en la capacitación de su personal y promuevan una cultura de aprendizaje continuo que permita a sus empleados adquirir las competencias necesarias para gestionar estas tecnologías (Accenture, 2018).

Por otra parte, es importante reconocer que la adopción de IA no es solo una cuestión tecnológica, sino también un cambio organizacional y cultural. La implementación de IA requiere una transformación en la mentalidad de la empresa, desde la alta dirección hasta los empleados, para abrazar la innovación y el aprendizaje continuo. Aquellas MIPYMES que logren crear una cultura organizacional orientada a la innovación estarán en una mejor posición para aprovechar las oportunidades que ofrece la IA y adaptarse a los cambios rápidos del entorno empresarial (OECD, 2020).

Finalmente, el papel de las políticas públicas y el apoyo gubernamental no debe subestimarse. Es fundamental que los gobiernos diseñen programas que promuevan la adopción de tecnologías avanzadas en las MIPYMES, proporcionen acceso a infraestructura tecnológica adecuada y fomenten la creación de ecosistemas de innovación que apoyen a las empresas en su camino hacia la transformación digital. Con el apoyo adecuado y una estrategia clara, las MIPYMES pueden superar los desafíos

actuales y aprovechar el potencial de la IA para aumentar su competitividad y prosperar en un mercado global cada vez más dinámico y exigente (McKinsey & Company, 2021).



## Referencias

- Accenture. (2018). Artificial Intelligence: Realizing the Potential of AI in Small and Medium Enterprises (SMEs). Recuperado de <https://www.accenture.com>.
- Banco Mundial. (2020). Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance. Recuperado de <https://www.worldbank.org>.
- Deloitte. (2020). AI Adoption in Small and Medium Businesses: Impact and Challenges. Recuperado de <https://www2.deloitte.com>.
- European Commission. (2020). SMEs and AI: Opportunities and Challenges. Recuperado de <https://ec.europa.eu>.
- McKinsey & Company. (2021). The State of AI in 2021: Adoption and Impact. Recuperado de <https://www.mckinsey.com>.
- OECD. (2019). The Digital Transformation of SMEs. OECD Publishing. Recuperado de <https://www.oecd.org>.
- OECD. (2020). Digital Disruption in SMEs: A Review of Challenges and Opportunities. Recuperado de <https://www.oecd.org>.
- PwC. (2019). AI and the Future of Work: Navigating the Impact on SMEs. Recuperado de <https://www.pwc.com>.



## IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN LA AGROINDUSTRIA Y SU INFLUENCIA EN EL COMERCIO EXTERIOR DEL ECUADOR

### IMPACT OF TECHNOLOGY ON THE AGRO-INDUSTRY AND ITS INFLUENCE ON ECUADOR'S FOREIGN TRADE

*Rafael Emiliano Apolinario Quintana, Martha Graciela Rodríguez Donoso, Víctor Hugo Briones Kusactay, Mario Wilfrido Mata Villagómez*  
*Universidad de Guayaquil*

#### Resumen

Este estudio analiza la relevancia de incorporar tecnologías avanzadas en la agroindustria de la Zona 8 de Ecuador y su repercusión en el comercio exterior del país. Se examinan los principales retos que enfrentan las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) agroindustriales, tales como la limitada inversión en el sector agrícola, el acceso restringido a financiamiento y la falta de programas de apoyo gubernamental, además de la resistencia al cambio por parte de las empresas. Estos factores dificultan que el sector agrícola de Ecuador aproveche las oportunidades tecnológicas, reduciendo su competitividad y presencia en los mercados internacionales. El marco teórico subraya la importancia de modernizar la agricultura mediante la adopción de tecnologías avanzadas, como la agricultura de precisión, la biotecnología y los sistemas de información geográfica. Estas innovaciones permiten mejorar la eficiencia, productividad y competitividad del sector. La investigación propone una estrategia integral que incluye el acceso a financiamiento, la capacitación en nuevas habilidades y la creación de un entorno que favorezca la innovación y la colaboración entre actores clave. El objetivo de este estudio es facilitar la integración de tecnología en las MiPymes agroindustriales y fortalecer su capacidad para competir en el comercio exterior ecuatoriano.

**Palabras claves:** agroindustria, competitividad, mipymes, tecnología, comercio exterior.

#### Abstract

This study analyzes the relevance of incorporating advanced technologies in the agro-industry of Zone 8 in Ecuador and its impact on the country's foreign trade. The main challenges faced by micro, small, and medium-sized agro-industrial enterprises (mipymes) are examined, such as limited investment in the agricultural sector, restricted access to financing, and the lack of government support programs, in addition to the resistance to change on the part of the companies. These factors hinder the agricultural sector of Ecuador from taking advantage of technological opportunities, reducing its competitiveness and presence in international markets. The theoretical framework emphasizes the importance of modernizing agriculture through the adoption of advanced technologies, such as precision agriculture, biotechnology, and geographic information systems. These innovations enhance the efficiency, productivity, and competitiveness of the sector. The research proposes a comprehensive strategy that includes access to financing, training in new skills, and the creation of an environment that fosters innovation and collaboration among key stakeholders. The aim of these initiatives is to facilitate the integration of technology in agro-industrial SMEs and strengthen their capacity to compete in Ecuadorian foreign trade.

**Key words:** agroindustry, competitiveness, SMEs, technology, foreign trade.

## Introducción

En la última década, la adopción de tecnologías avanzadas ha sido fundamental para mejorar la eficiencia, productividad y rentabilidad en la agricultura (Sharmistha & Richard, 2004). A nivel global, se ha integrado tecnología en maquinaria agrícola, biotecnología, sistemas de información geográfica, y agricultura de precisión (Palos et al., 2019).

Ecuador, al ser un país agrícola, sigue esta tendencia, pero enfrenta desafíos que limitan su adopción tecnológica y, por ende, su competitividad en el comercio exterior (Capurro, 2020). El impacto reducido de la tecnología en el sector agroindustrial afecta negativamente la posición competitiva de Ecuador en el mercado internacional (FAO, 2023).

Arroyo & León (2012) destacan la importancia de superar obstáculos tradicionales para la modernización agrícola, tales como la falta de financiamiento, capacitación técnica, infraestructura, problemas de tenencia de tierras y resistencia al cambio. Para superar estos desafíos, es esencial la colaboración entre gobiernos, sector privado, organizaciones internacionales y agricultores (Banco Mundial, 2024). El problema principal en la Zona 8 de Ecuador es la integración de tecnología en las micro, pequeñas y

medianas empresas agroindustriales, especialmente aquellas vinculadas al comercio exterior (MAGAP, 2021). La limitada inversión en tecnología afecta la productividad agrícola y aumenta la dependencia de importaciones (Capurro, 2020). Esto se traduce en menores ingresos y menos oportunidades de exportación (Pincheira, 2022).

Entre los principales obstáculos identificados están las limitaciones financieras donde la mipymes carecen de acceso a recursos para adoptar tecnologías avanzadas, lo que les impide producir productos competitivos a nivel internacional (Arroyo & León, 2012); las brechas económicas y financieras en que las empresas enfrentan dificultades para financiar nuevas tecnologías, afectando su eficiencia y capacidad para competir con precios internacionales (Deichmamm et al., 2016); y la resistencia al cambio por la falta de conocimiento técnico y habilidades entre los agricultores limita su disposición a adoptar nuevas tecnologías, lo que impacta en la competitividad del sector (Rao, 2007).

En este sentido, el problema central que se plantea es cómo la adopción de tecnologías en la agroindustria puede mejorar la competitividad del comercio exterior ecuatoriano (Capurro, 2020). Se abordan preguntas relacionadas con los tipos de tecnologías adoptadas, los obstáculos para su implementación

y cómo estas tecnologías impactan en los estándares internacionales y la capacidad de competir en mercados globales (Omotesho et al., 2012); de esta forma, el propósito principal de la investigación es el análisis del nivel de adopción tecnológica en la agroindustria ecuatoriana y su impacto en la competitividad del comercio exterior.

Se buscan identificar los tipos de tecnologías adoptadas y los obstáculos que enfrentan las mipymes agroindustriales, además, que vaya encaminado al diseño de una red de certificaciones que permita destacar a las empresas frente a sus competidores internacionales (Katalin et al., 2014).

Para esto, la justificación teórica del estudio permite comprender cómo la adopción de tecnologías impulsa el emprendimiento y la innovación en la agroindustria, mejorando la productividad y competitividad de Ecuador en el mercado internacional (Aroonsrimorakot & Laiphakpam, 2019).

La justificación práctica de la investigación sugiere que la adopción de tecnología tiene el potencial de aumentar la eficiencia y calidad de la producción en las mipymes, facilitando el cumplimiento de estándares internacionales y mejorando las oportunidades de exportación (Qaim, 2020).

Finalmente, para la justificación metodológica se utiliza un enfoque cualitativo con un método inductivo (Hernández & Mendoza, 2020). Se basa en la recopilación de literatura existente y la realización de entrevistas para obtener una comprensión profunda de los problemas que enfrenta la agroindustria ecuatoriana en relación con la tecnología (Hernandez & Fernandez, 2020).

Las variables principales son la competitividad del comercio exterior ecuatoriano y las soluciones tecnológicas agroindustriales. El estudio se centra en la Zona 8 del país, provincia del Guayas, un área clave para la agroindustria del país. El análisis abarca los últimos cinco años, tomando en cuenta las tendencias tecnológicas y comerciales de la agroindustria ecuatoriana.

Además, se busca comprender cómo la tecnología ha revolucionado la producción agrícola en Ecuador y su impacto en el comercio exterior. Se utilizan entrevistas y análisis documentales para obtener datos que sustenten los hallazgos, lo que permitirá formular recomendaciones para futuras investigaciones y propuestas de mejora en el sector agroindustrial.

Esta investigación contribuirá con un análisis detallado de cómo la tecnología impulsa la competitividad de la agroindustria ecuatoriana en el comercio

exterior. Se espera que los resultados demuestren los beneficios tangibles de la adopción tecnológica, como la mejora en la calidad de los productos, la apertura de nuevos mercados y la creación de valor agregado.

## Revisión de literatura

La agroindustria tecnológica es un campo en constante evolución que combina la agricultura tradicional con tecnologías avanzadas para optimizar la producción, mejorar la calidad de los productos y aumentar la eficiencia en todos los procesos (Tripp, 2011). Este estudio se sustenta en la Teoría de la Cadena de Valor al analizar las actividades clave que generan valor en la agroindustria (Spencer, 1996).

La tecnología, al integrarse en cada etapa de la cadena, optimiza procesos y mejora la calidad, aumentando la competitividad en el comercio exterior (Huang et al., 2013). La teoría de la competitividad, porque la tecnología incrementa la eficiencia, productividad y calidad, lo que se traduce en una mayor competitividad en el mercado global (Kubitsky et al., 2024).

La logística y la infraestructura juegan un papel fundamental en este aspecto (Liu, 2024). La teoría de la adopción tecnológica se da a través de modelos que, explican los factores que influyen en la adopción de tecnologías por

parte de agricultores y empresas agroindustriales (Taherdoost, 2023); además, de los factores como la percepción de utilidad, facilidad de uso y el entorno organizacional son claves (Cho & Sagynov, 2015). También la teoría de la modernización agraria que al introducir nuevas tecnologías en la agricultura provoca transformaciones significativas, aumentando la productividad y la capacidad de competir en los mercados globales (Subaeva et al., 2022); sin embargo, es esencial que los agricultores adquieran las habilidades necesarias para utilizar estas tecnologías de manera efectiva (Wan et al., 2022).

Por lo tanto, estas teorías convergen en la idea de que la tecnología es un motor de cambio en la agroindustria, impulsando la eficiencia, la calidad y la competitividad, más, sin embargo, la adopción de estas tecnologías depende de diversos factores, tanto tecnológicos como organizacionales y sociales (Caceres et al., 2023).

El sector agrícola desempeña un papel crucial en las economías globales, proporcionando seguridad alimentaria, empleo y contribuyendo al PIB (Banco Mundial, 2024). El sector enfrenta desafíos como el cambio climático y el acceso limitado a la tecnología, pero también presenta oportunidades de crecimiento a través de la innovación y las prácticas sostenibles (Apolinario et

al., 2024). Las tecnologías como IoT, IA y drones están transformando la agricultura, aumentando la eficiencia y la productividad (Rao, 2007). En el caso de Ecuador se resalta el contexto específico incluidos los esfuerzos para promover la adopción tecnológica y los desafíos que enfrenta el sector agrícola en el país (Arroyo & León, 2012). El sector agrícola es un pilar fundamental de la economía mundial, asegurando la alimentación y generando empleo (Díaz et al., 2020).

Sin embargo, enfrenta desafíos como el cambio climático y la necesidad de adoptar prácticas más sostenibles (Qaim, 2020). La tecnología está surgiendo como una solución, ofreciendo herramientas para aumentar la productividad, optimizar los recursos y adaptarse a un entorno cambiante (Tripp, 2011). Estudios como el de Ahmima & Khedir (2024) y Mateo (2023) subrayan la importancia del sector agrícola y su potencial para impulsar el crecimiento económico. La adopción de tecnologías digitales, desde la agricultura de precisión hasta la inteligencia artificial, está revolucionando la forma en que se cultivan y procesan los alimentos (Chhachhar et al., 2014).

En Ecuador, el sector agrícola ha experimentado transformaciones significativas, pero aún enfrenta desafíos como la baja competitividad y la limitada adopción de tecnologías (Ríos, 2023). Además, las iniciativas

gubernamentales y privadas buscan promover la innovación y la transferencia de tecnología para mejorar la productividad y la sostenibilidad del sector (Caceres et al., 2023).

En este contexto, la relación entre el comercio exterior y la agroindustria en Ecuador, con especial atención al desempeño exportador del país y sus perspectivas futuras está relacionado a las estrategias claves (CEPAL, 2016). La agroindustria y el comercio exterior del Ecuador están profundamente interconectados, son mutuamente beneficiosos y cruciales para el crecimiento económico del país (Arroyo & León, 2012).

La agroindustria, a través de la adición de valor a las materias primas agrícolas, encuentra en el comercio internacional una vía para expandir los mercados, aumentar las ganancias y mejorar la competitividad (Díaz et al., 2020). Por el contrario, el comercio exterior se beneficia de la agroindustria al asegurar un suministro confiable de alimentos y materias primas, diversificando la oferta de exportación y contribuyendo positivamente a la balanza comercial (COPCI, 2018).

Las agroexportaciones del Ecuador han mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por una variedad de factores como el clima y geografía diversos que sustentan

una amplia gama de cultivos, fuerte producción de banano, cacao, flores y camarones, mano de obra calificada capaz de adoptar técnicas agrícolas modernas, mejorar la infraestructura y la logística, acuerdos comerciales favorables, y énfasis en la sostenibilidad y los productos orgánicos como camarones, preparaciones de atún, aceite de palma, alimentos para animales, palmitos, entre otros (MAGAP, 2021).

De este modo, en una inmersión profunda en el impacto de la tecnología en el sector agrícola se puede observar los detalles de las políticas y los desafíos en este sector del Ecuador (Pincheira, 2024). La experiencia de Ecuador con la de otros países, se destaca el papel crucial de la tecnología en el desarrollo y competitividad del sector agroindustrial en la Zona 8 de Ecuador, según el MAGAP. La implementación de innovaciones tecnológicas permite enfrentar los retos actuales y futuros, mejorando la productividad y sostenibilidad del sector.

El Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) desempeña un rol clave en la investigación y desarrollo, centrado en la mejora de cultivos y la conservación de recursos. Además, las tecnologías de información y comunicación (TIC) han transformado la oferta agropecuaria, proporcionando herramientas que optimizan la gestión de cultivos y recursos, facilitando el

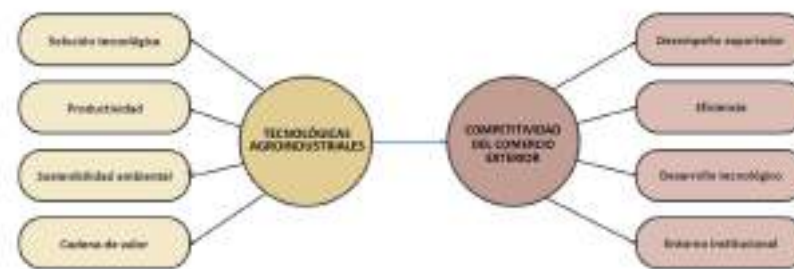
acceso a información actualizada, y mejorando la comercialización de productos agrícolas (Rao, 2007). Esto refuerza la productividad y resiliencia del sector, preparándolo para competir en mercados globales (Subaeva et al., 2022). Entonces, a nivel mundial, líderes agrícolas como China, India, Indonesia y Rusia destacan por su enfoque en modernización, inversiones en tecnología, y políticas de desarrollo agrícola (Qaim, 2020). A nivel regional, Estados Unidos, Brasil y Argentina son referentes en la producción agrícola, impulsados por la mecanización y la biotecnología (Sabaye, 2023).

En Ecuador, el sector agroindustrial es un pilar de las exportaciones, contribuyendo con el 50% del total exportado, destacándose productos como banano, camarón y cacao (MAGAP, 2021). Sin embargo, el país enfrenta desafíos en infraestructura, logística y acceso a financiamiento, lo que limita la adopción óptima de soluciones tecnológicas (Arroyo & León, 2012).

La premisa central de la investigación propone que un mayor grado de adopción tecnológica incrementaría significativamente la competitividad del comercio exterior ecuatoriano (CEPAL, 2016).

## Figura

### Relación de las tecnologías agroindustriales y el Comercio Exterior



**Nota:** Elaborado por los autores

## 2. Metodología

Se empleó para este estudio un enfoque cualitativo que permitió explorar y comprender las experiencias, percepciones y significados de los actores clave, como empresarios agroindustriales y exportadores, quienes atribuyen el uso de la tecnología en sus procesos y su impacto en el comercio exterior. Se usó como técnica la entrevista a profundidad para recolectar datos sin depender de mediciones numéricas. Este enfoque flexible permitió ajustar el diseño de la investigación conforme se avanzó el análisis de las respuestas del cuestionario diseñado en base a la revisión literaria y al estado del arte encontrado, teniendo un entendimiento

profundo del fenómeno y de su contexto, como las políticas públicas y la infraestructura disponible, así como las dinámicas socioeconómicas que influyen en el uso de tecnología en la agroindustria.

Este diseño no experimental, por su parte, se centró en observar los fenómenos tal como ocurren en su contexto natural, sin manipular deliberadamente las variables. Siendo apropiado para estudiar la incidencia de la tecnología en la agroindustria de la Zona 8 de Ecuador y su repercusión en el comercio exterior, permitiendo analizar estos fenómenos en relación con factores históricos, sociales, económicos y políticos. Con un alcance descriptivo, exploratorio y evaluativo



se buscó describir la incidencia de la tecnología, además de entender las razones o mecanismos causales detrás de su impacto en la agroindustria y el comercio exterior. Además, un análisis crítico y argumentativo permitirá desarrollar argumentos sólidos que expliquen porque ciertos factores tecnológicos tienen mayor impacto y cómo estos afectan el comercio exterior,

basándose en evidencia empírica y teórica. De esta forma se destaca que la investigación a través de entrevistas a expertos generó datos originales y valiosos sobre las tendencias y desafíos en la relación entre tecnología y agroindustria, que se complementan con análisis de fuentes secundarias para ofrecer una comprensión más completa del tema con el software Atlas Ti.

para promover prácticas sostenibles, utilizando tecnologías como el blockchain para asegurar la trazabilidad y plataformas digitales para la toma de decisiones basadas en datos. El sector ha implementado avances tecnológicos como sistemas de riego inteligentes, drones y blockchain. Las empresas están alineadas con prácticas de responsabilidad social, y la capacitación del personal se considera clave para fomentar la innovación.

hacia un modelo más sostenible e innovador. La transformación del sector agroindustrial ecuatoriano debe estar impulsada por tecnologías innovadoras con múltiples dimensiones clave para su competitividad y sostenibilidad. De esta forma, la optimización de procesos productivos con la incorporación de tecnologías como los sistemas de riego inteligentes, drones para el monitoreo de cultivos y herramientas de precisión para la gestión de suelos y fertilizantes han permitido una mayor eficiencia en el uso de recursos como el agua y los insumos agrícolas.

Estas innovaciones ayudan a reducir el desperdicio y mejorar la productividad, aspectos cruciales en un contexto de demanda global creciente. La trazabilidad y transparencia debe estar acompañada con la implementación de blockchain en la cadena de suministro, ha proporcionado una mayor trazabilidad y seguridad.

Esto no solo es beneficioso para la eficiencia interna de las operaciones, sino también para la confiabilidad en los mercados internacionales, donde los consumidores y reguladores exigen cada vez más transparencia en las cadenas productivas. El impacto en la sostenibilidad debe estar sujeto con el uso de tecnologías de precisión, como sensores y IoT, está estrechamente vinculado a la sostenibilidad ambiental facilitando una mejor administración

Se destacan los retos en la cadena de suministro, especialmente en asegurar la transparencia desde la producción hasta el consumidor final, mejorando la distribución y manteniendo altos estándares de calidad para la competitividad internacional. Se reconoce la flexibilidad del sector para adaptarse a nuevos mercados, impulsada por la adopción de tecnología avanzada y la colaboración con universidades para fomentar la innovación. La implementación de tecnologías avanzadas y la adopción de prácticas agrícolas sostenibles han mejorado la eficiencia y la sostenibilidad del sector.

Los incentivos gubernamentales, como exenciones fiscales, han apoyado estas iniciativas. Se enfatiza el acceso a mercados internacionales y el comercio justo como beneficios directos, es decir, el sector agroindustrial ecuatoriano está en un proceso de transformación

### Ejecutivos Entrevistados

| Empresa | Entrevistado | Cargo                   | Años en el Cargo | Años de Experiencia |
|---------|--------------|-------------------------|------------------|---------------------|
| ABG     | VHBK         | Director de Operación   | 18               | 25                  |
| ESA     | OAJM         | Gerente RRHH            | 15               | 18                  |
| UGF     | HMMA         | Jefe de Operación       | 14               | 35                  |
| DPS     | DAAR         | Jefe de Calidad         | 8                | 13                  |
| PRT     | LAMT         | Gerente RRHH            | 17               | 19                  |
| RDH     | BFRT         | Jefe de Operaciones     | 24               | 32                  |
| WBR     | KLJN         | Director de Operaciones | 30               | 51                  |

**Nota.** Elaborado por los autores.

### 3. Discusion y resultados

En el análisis de las entrevistas con las codificaciones detalladas correspondiente al contexto del sector agroindustrial ecuatoriano y su adopción de tecnologías y prácticas innovadoras, destacando la sostenibilidad, la

transparencia y la competitividad se desprende la respuesta al cambio de mercado, a mantener una mejora continua, preparado a los desafíos de implementación, un posicionamiento de mercado con resultados beneficiosos. Se observa que las empresas han invertido en investigación y desarrollo

de los recursos naturales. Esto también respalda la tendencia hacia la producción de productos orgánicos y sostenibles, que se alinea con las demandas globales, actuales y futuras. La agricultura sostenible se ve potenciada por el monitoreo en tiempo real de las condiciones del suelo y los cultivos, lo que permite reducir el uso de productos químicos y mejorar la conservación de los ecosistemas locales. Esto hace tener más competitividad internacional con la mejora en la eficiencia, calidad y trazabilidad, que ha permitido al sector agroindustrial ecuatoriano posicionarse mejor en los mercados internacionales.

La demanda de productos que cumplen con altos estándares de sostenibilidad y calidad ha aumentado, lo que ofrece una ventaja competitiva a Ecuador frente a otros países de la región. También la adopción de estándares internacionales de producción y la flexibilidad del sector agroindustrial para adaptarse a nuevas condiciones del mercado, han permitido expandir las exportaciones a nichos especializados, como el de productos orgánicos. Además, la cultura de innovación es fundamental para impulsar el progreso en el sector.

Las empresas han adoptado estrategias como la capacitación del personal, la colaboración con universidades y centros de investigación, y el fomento de proyectos de I+D. Estas iniciativas han permitido al sector mantenerse a

la vanguardia en tecnología y mejores prácticas agrícolas, lo que es esencial para garantizar la competitividad a largo plazo. También las alianzas estratégicas con startups tecnológicas han permitido integrar soluciones disruptivas, como el uso de la inteligencia artificial y la robótica en los procesos productivos, consolidando la posición de Ecuador en la agroindustria global.

Los avances en la infraestructura y digitalización de los procesos a través del uso de plataformas de datos ha sido un pilar en la toma de decisiones basadas en información en tiempo real. Estas tecnologías han permitido automatizar operaciones, mejorar la planificación de cosechas y optimizar la cadena de suministro desde la producción hasta la exportación. Las maquinarias automatizadas y los sensores han permitido aumentar la productividad y reducir los tiempos de producción, lo que ha incrementado la capacidad de respuesta ante la demanda externa. Finalmente, las políticas gubernamentales y apoyo institucional son especiales para el crecimiento del sector agroindustrial, que ha estado respaldado por leyes y normativas que incentivan las exportaciones y promueven la innovación tecnológica.

Programas de apoyo a la investigación y desarrollo (I+D) y los incentivos para el registro de patentes han facilitado que las empresas agroindustriales adopten

tecnologías de vanguardia. Este enfoque proactivo del gobierno también es esencial para la diversificación de mercados internacionales y la consolidación de Ecuador como un jugador clave en el comercio agroindustrial global.

#### 4. Conclusiones

El estudio busca identificar el nivel de adopción tecnológica actual en los agricultores de la zona 8 de Ecuador y su competitividad frente al comercio exterior. Los obstáculos que enfrentan las mipymes del sector en diseñar un sistema de certificaciones que las diferencien internacionalmente, para lo que se propone un marco integral para la implementación efectiva de las TIC en la agroindustria ecuatoriana.

Estos pasos son esenciales para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector en un entorno globalizado. Se plantea desarrollar infraestructuras adecuadas, potenciar las capacidades digitales y promover la colaboración entre actores clave, además de diseñar políticas que faciliten el acceso a financiamiento y apoyo normativo. El sector agroindustrial ecuatoriano ha experimentado una transformación significativa gracias a la adopción de tecnologías innovadoras que han mejorado la eficiencia, la sostenibilidad y la competitividad en los mercados internacionales. La integración de herramientas como el blockchain, el

IoT y la maquinaria automatizada ha fortalecido la cadena de suministro y aumentado la capacidad exportadora del país. Las empresas han fomentado una cultura de innovación mediante la capacitación, la investigación y el desarrollo, lo que les ha permitido adaptarse rápidamente a las demandas del mercado global.

Esta transformación ha sido respaldada por políticas gubernamentales que han incentivado la inversión en tecnología y el desarrollo de nuevas oportunidades en el comercio exterior. Las tecnologías avanzadas y la colaboración entre empresas, instituciones y el gobierno están posicionando a Ecuador como un líder potencial en la adopción de prácticas responsables y competitivas a nivel global. Para futuras investigaciones se debe realizar un análisis interno de las tecnologías adoptadas en la agroindustria, mapear los obstáculos que enfrentan las mipymes para adoptar nuevas tecnologías.

Se debe evaluar la infraestructura de TIC en áreas rurales para fortalecer el acceso a la información, también identificar las brechas en habilidades digitales y promover la formación adecuada y fomentar un ecosistema de innovación que involucre a empresas, centros de investigación y universidades acompañados de desarrollo de políticas y regulaciones que incentiven la adopción de TIC y acceso a financiamiento.

## 5. Referencias

- Ahmima, K., & Khedir, S. (2024). The Agricultural Sector and its Impact on Economic Growth in Algeria. *Journal of informatics education and research* 4(2), 1-12.
- Apolinario, R., Rodriguez, M., Apolinario, C., & Zambrano, F. (2024). Barriers to Reverse Logistics and the Circular Economy in Supply Chain Arrangements: A Qualitative Study in Ecuador. *Galecian Journal of Economic*, 1-18.
- Aroonsrimrakot, S., & Laiphrakpam, M. (2019). Application of solar energy technology in agricultural farming for sustainable development: A review article. *International Journal of Agricultural Technology*, 15(5), 685-692.
- Arroyo, N., & León, J. (2012). LaA Modernización Agrícola: Un Proceso de largo Plazo visto a traves de la Experiencias de la caña de azucar. *Reflexiones* , 147-172. Obtenido de <https://monica.im/s/C5Ob0Kfmbi>
- Banco Mundial. (29 de Abril de 2024). Banco Mundial. Obtenido de Actualización sobre la seguridad alimentaria: <https://www.bancomundial.org/es/topic/agriculture/brief/food-security-update>
- Caceres, J., Ramirez, J., & Barrios, D. (2023). Factors associated with the adoption of technologies for avocado production systems. *National University of Colombia*, 1-13.
- Capurro, E. (2020). impacto económico de la logística en el Ecuador y su afectación en la pandemia. *Dominio de la Ciencia*, 1610-1625. Obtenido de <file:///C:/Users/ariel/Downloads/Dialnet-ImpactoEconomicoDeLaLogisticaEnElEcuadorYSuAfectac-8638101.pdf>
- CEPAL. (2016). Los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social . Santiago: Naciones Unidas . Obtenido de <https://www.andaluciaemprende.es/wp-content/uploads/2019/02/CADENA-DE-VALOR.pdf>
- Chhachhar, A., Qureshi, B., Khushk, G., & S., A. (2014). Impact of Information and Communication Technologies in Agriculture Development. *Journal of Basic and Applied Science Research*, 1-9.
- Cho, Y., & Sagynov, E. (2015). Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Purchase Intention In The Online Environment. *International Journal of Management & Information Systems*, 19(1), 1-16.
- COPCI. (01 de 01 de 2018). Medidas Arancelarias al Comercio Exterior. COPCI. 110. Guayaquil, Guayas, Ecuador : Registro Oficial. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/gacnorm/data/CODIGO-ORGANICO-DE-LA-PRODUCCION-COMERCIO-E-INVERSIONES.pdf>
- Deichmamm, U., Goyal, A., & Mishra, D. (2016). Will digital technologies transform agriculture in developing countries? *Agricultural Economics*, 47(1), 21-33.
- Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2020 de Julio de 2020). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *Innova Research Journal*. FAO. (2023). Ecuador ha logrado importantes avances y resultados en la promoción de prácticas sostenibles de producción y manejo del algodón. Obtenido de <https://www.fao.org/ecuador/noticias/detail-events/es/c/1643429/>
- Hernandez, R., & Fernandez, C. (2020). Metodología de la investigación. Mexico: McGraw Hill Editores.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2020). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Mexico : McGraw Hill Editores .
- Huang, Y., Thomson, S., HoZmann, C., Lan, Y., & Fritz, B. (2013). Development and prospect of unmanned aerial vehicle technologies for agricultural production management. *Internaciotional Journal of Agricultural and Biological Engineering*, 6(3), 1-10.
- Katalin, T., Rahoveanu, T., Magdalena, M., & Istvan, T. (2014). Sustainable New Agricultural Technology – Economic Aspects of Precision Crop Protection. *Procedia Economics and Finance*, 729-7736.
- Kubitskyi, S., Yeremenko, D., Danylenko, V., Bataiev, S., & Varaksina, E. (2024). Evaluating the impact of innovative technologies on global competitiveness through modelling. *Multidisciplinary Science Journal*, 6, 710-720.
- Liu, X. (2024). The Role of Logistics and Infrastructure in Promoting International Trade. *Journal of education and educational research*, 9(3), 281-286.
- MAGAP. (2021). Ecuador presenta actividades tecnológicas que implementa para desarrollar el agro. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-presenta-actividades-tecnologicas-que-implementa-para-desarrollar-el-agro/>
- Mateo, T. (2023). Agricultura 4.0: Una revisión de tecnologías disruptivas y su impacto en la producción agrícola sostenible. *Universidad de Huelva*, 1-12. Obtenido de <https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/724319>
- Omotesho, K., Ogunlade, I., & Muhammad, L. (2012). Assessment of Access to Information and Communication Technology among Agricultural Extension Officers in Kwara State, Nigeria. *AgEcon*
- Research in agricultural & Applied Economic, 220-225. Plos, P., Reyes, A., & Saura, J. (2019). Modelos de Adopción de Tecnologías de la Información y Cloud Computing en las Organizaciones. *Información tecnológica*, 30(3), 3-12.
- Pincheira, H. (01 de 01 de 2022). Empresas agrícolas exitosas en el uso de las tecnologías modernas. Obtenido de Empresas agrícolas exitosas en el uso de las tecnologías modernas: <https://www.hectorpincheira.com/sap/empresas-agricolas/>
- Qaim, M. (2020). Role of New Plant Breeding Technologies for Food Security and Sustainable Agricultural Development. *Applied Economic Perspectives and Policy* Volume, 42(2), 129-150.
- Rao, N. (2007). A framework for implementing information and communication technologies in agricultural development in India. *Technological Forecasting and Social Change*, 74(4), 491-518.
- Ríos, C. (2023). Estrategias de Innovación y Competitividad en PYMES Ecuatorianas: Un Análisis Cualitativo. *Revista Científica Zambos*, 2(2), 1-10.
- Sabaye. (2023). Rusia mantiene el liderazgo de los exportadores de trigo en el mundo. Obtenido de <https://www.saba.ye/es/news3244127.htm>
- Sharmistha, S., & Richard, G. (2004). El desarrollo económico y el papel de la tecnología agrícola. *Agricultural Research & Extension Network*, 135, 1-20. Obtenido de <https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/724319>
- Spencer, D. (1996). Infrastructure and Technology Constraints to Agricultural Development in the Humid and Subhumid Tropics of Africa. *African Development Review* Volume, 8(2), 68-93.

Subaeva, A., Mukhametgaliev, F., Mukhametshin, I., Avhadieh, F., & Gaynutdinov, I. (2022). Theoretical foundations of technical modernization of agriculture in the context of digital transformation. Vestnik of Kazan State Agrarian University, 17(2), 168-173.

Taherdoost, H. (2023). Navigating Technology Adoption/Acceptance Models. Procedia Computer Science, 237, 833-840.

Tripp, R. (2011). The Performance of Low External Input Technology in Agricultural Development: A Summary of Three Case Studies. International Journal of Agricultural Sustainability, 3(3), 143-153.

Wan, N., Tenghu, A., K., M., & Norhayati, H. (2022). The Importance of Digital Literacy Skills among Farmers for Sustainable Food Security. International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development, 11(1), 1-8.

• **Información general del evento:**

Lugar: Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas

Fechas: 22, 23 y 24 de Octubre de 2024

Modalidad: Híbrida

Institución organizadora: Universidad de Guayaquil

• **Datos editoriales** (edición, año, créditos, nota legal y de derechos).

ISBN: 978-9975-88-76-8



9 789975 887688



**EDITORIAL E IMPRENTA**  
DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL