

INN VAEC

F Á B R I C A

IDEAS



ÍNDICE

Editores	
Créditos	
Comité de Honor	
Comité Organizador	
Comité Científico	
Introducción	
Presentación	1
Prólogo	3
Agradecimiento	5
Conferencias Magistrales	7
Profesor Moo - Kwon Chung	9
Dra. Nadia Jiménez.	18
Diana Abril Navarro, M.A.	23
Lieve Van Elsen.	24
Gabriel Bermeo	27
Ing. Jenny Basantes Ávalos Ph D	32
Artículos Científicos	35
Análisis del consumo de combustibles a partir del incremento del precio, en los transportistas comerciales de la ciudad de Riobamba en el año 2018.	37
La prospectiva del liderazgo en el desarrollo organizacional en la educación superior	47
La Gamificación en Moodle como ayuda al aprendizaje	59
Herramientas financieras para apalancar los procesos contables en proyectos de innovación y emprendimiento	73
Factores que Inciden en la Sostenibilidad de Emprendimientos de Actores de la Economía Popular y Solidaria, apoyados por la Cooperación Nacional e Internacional en Chimborazo	87
Análisis y propuesta de una estrategia turística y su impacto en el desarrollo sostenible en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, Ecuador.	107
La epistemología del pensamiento en la innovación empresarial	121
El Valor compartido como herramienta para la construcción de una sociedad inclusiva	131
Responsabilidad social corporativa y desarrollo socioeconómico e inclusivo.	141
Aspectos bioéticos en la gestión empresarial.	153
Importancia de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) en el desarrollo y crecimiento de pequeñas y medianas empresas.	163

Aproximaciones a la economía colaborativa desde el enfoque de la práctica tecnológica	175	Estudio de pequeños emprendimientos y empresariedad en los cantones Mera y Santa Clara.	239
La migración de niños jóvenes de México a Estados Unidos	191	Investigación para la creación de Pladel Instituto de desarrollo integral de niños y jóvenes en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.	247
Aplicación Android para servicio de comida a domicilio para estudiantes de la ESPOCH.	205	Economía Compartida a través de la transformación tecnológica del modelo retail.	257
Unidos para el desarrollo sustentable armónico (UDSA)	217		
Los proyectos de emprendimiento como base de aprendizaje en las habilidades empresariales en la Amazonía	227		

EDITORES

Juan Bladimir Aguilar Poaquiza
Juan Carlos Pomaquero Yuquilema
José Fernando López Aguirre
José Luis López Salazar

CRÉDITOS

Facultad de Administración de Empresas – FADE

Decana: Ing. Jenny Basantes PhD

Vicedecano: Ing. Rodrigo Moreno

Director de Escuela: Ing. Oscar Granizo

1era Edición 2018

Copyright © Fábrica de Ideas 2018

Todos los derechos reservados.

Prohibida su reproducción total o parcial.

ISBN 978-9942-801-06-7

Diseño y Diagramación:

Andrés Condo

Evelyn Burbano

Logística y Gestión:

Liseth Toapanta

Thalía Vallejo

Karla Lemay

Jesenia Moreano

COMITÉ DE HONOR



Ing. Byron Ernesto
Vaca Barahona Ph D
RECTOR



Dra. Gloria Elizabet
Miño Cascante Ph D
VICERRECTORA ACADÉMICA



Ing. Luis Rafael
Fiallos Ortega Ph D
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN



Dra. Rosa del Carmen
Saeteros Hernández Ph D
VICERRECTORA ADMINISTRATIVA

COMITÉ ORGANIZADOR



Ing. Byron Ernesto
Vaca Barahona Ph D
RECTOR



Ing. Luis Rafael
Fiallos Ortega Ph D
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN



Ing. Jenny Basantes Ph D
DECANA FADE



Ing. Luis Flores Ph D
DIRECTOR PUBLICACIONES



Ing. Hugo Moreno Ph D
DIRECTOR IDI



Ing. Juan Aguilar Ph D
DIRECTOR DE VINCULACIÓN



Ing. Juan Carlos Pomaquero
GRUPO DE INVESTIGACIÓN
FÁBRICA DE IDEAS



Ing. José Fernando López
GRUPO DE INVESTIGACIÓN
FÁBRICA DE IDEA

COMITÉ CIENTIFICO



MBA. José Luis López
Salazar PhD (c) – ESPOCH
PRESIDENTE

MIEMBROS

Ing. Carlos Patricio Arguello Mendoza Ph D - ESPOCH

Ing. Franqui Fernando Esparza Paz MDE- ESPOCH

Ing. Yolanda Ledesma Ph D – Universidad Central del Ecuador

REVISORES

Ing. Letty Karina Elizalde Marín Ph D (c) – ESPOCH

Ing. Ángel Gerardo Castelo Salazar – ESPOCH

Dra. María Angélica García Ph D – Universidad Central del Ecuador

Ing. Mónica Jimbo Ph D – Universidad Central del Ecuador

Ing. Patricia Rosalia Jimbo Ph D – Universidad Central del Ecuador

Ing. Pablo Dávila Ph D – Universidad Central del Ecuador

INTRODUCCIÓN

Por los jóvenes hemos de estar dispuestos a soportar cualquier contratiempo y fatiga.

Don Bosco.

Los cuatro ejes de la educación superior giran en torno a la docencia, investigación, gestión y vinculación; cada una de ellas tiene como misión conjunta generar en los estudiantes resultados de aprendizaje innatos en el quehacer empresarial, caso específico de los alumnos de las diferentes carreras de la Facultad de Administración de Empresas (FADE), de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH).

Pasar de la idea a la acción, es un legado de la metodología de Lewin (1946), quien asevera que la unión de la teoría y la práctica en sus cuatro momentos: planificación, actuación, observación y reflexión, buscan, que tanto estudiantes, docentes y sociedad en general tengan un horizonte científico aplicado, adaptativo a las realidades inmediatas de Riobamba, Chimborazo, Ecuador y el mundo entero.

El Congreso Internacional de Innovación y Emprendimiento, aprobado mediante Resolución 519.CP.2018, de 16 de octubre de 2018, y auspiciado por la ESPOCH – FADE, es un espacio académico – científico, que busca resaltar las experiencias cristalizantes y frustrantes de innovadores y emprendedores, las mismas que dejan enseñanzas para seguir desarrollando el camino al éxito de estas unidades de negocio, considerando los criterios sostenibilidad productiva, medioambiental y social.

El evento tuvo lugar en el auditorio institucional “Dr. Romeo Rodríguez Cárdenas”, de 21 al 23 de noviembre del año 2018, con jornadas de trabajo de 09h00 a 17h00; la gesta del congreso contó con la presencia de invitados especiales que compartieron su sapiencia empresarial, y lo más importante sembraron ideas de innovación, crecimiento y de poder hacer realidad cada uno de los sueños de empresarismo de los asistentes.

Los trabajos de investigación presentados en el congreso se constituyen en bases teóricas y antecedentes investigativos que permiten tener una fuente de consulta actualizada, a consideración de la sociedad en general el libro de memorias del evento coordinado y desarrollado a cargo de la Carrera de Administración de Empresas.

Wilian Pilco

PRESENTACIÓN

Los saberes y las prácticas deben relacionarse con la vida en su complejidad, diversidad y eterna temporalidad.

Edmundo Granda Ugalde

La Facultad de Administración de Empresas de la ESPOCH con la finalidad de fomentar una cultura emprendedora que permita potenciar la creatividad e innovación de nuestros estudiantes y docentes, para que sean capaces de generar no sólo fuentes de empleo sino productividad y desarrollo a nivel local, regional y nacional pone a consideración de la comunidad académica nacional e internacional las memorias del Congreso Internacional de Innovación y Emprendimiento que se llevó a cabo en la Ciudad de Riobamba los días 21, 22 y 23 de noviembre del presente año, congregando actores destacados del ecosistema emprendedor e innovador quienes compartieron sus testimonios de éxito.

INNOVAEC se constituyó en un espacio de discusión y encuentro entre la academia, la empresa y la sociedad, haciendo posible el intercambio de experiencias, investigaciones e inquietudes abordadas en las diferentes temáticas.

Es deber de la academia, para aportar a la consolidación del pensamiento administrativo,

poner de cara a la sociedad espacios como estos que sean útiles para reconfigurar el acervo teórico y científico asociado al progreso de nuestra provincia y país y de forma concomitante propiciar la práctica social hacia el logro de metas de bienestar.

Agradecemos a los destacados conferencistas que reservaron tiempo de sus congestionadas agendas para compartirnos sus visiones alternativas basadas en su conocimiento y experiencia, Estados Unidos, España, Korea, México y Ecuador unidos por la ciencia. En igual sentido se destaca la numerosa oferta para presentar experiencias investigativas en las ponencias que fueron expuestas en este Congreso. Es en estos trabajos donde puede evidenciarse el rico espectro de temas que tiene cabida dentro del amplio campo de la innovación y el emprendimiento, y la valiosa colección de experiencias que se nos ofrecen para que puedan ser adaptadas a cada uno de los contextos institucionales o territoriales.

Un reconocimiento especial para el equipo coordinador y de logística de INNOVAEC por su invaluable aporte a la gestión de calidad de nuestra querida FADE.

Jenny Basantes

PRÓLOGO

La creciente aceleración que el mundo experimenta en los últimos tiempos, ha obligado a que todos los componentes de la sociedad se involucren en los nuevos desafíos, la educación sin duda es parte importante del desarrollo, constituye el eje transversal mediante el cual la humanidad evoluciona, se actualiza y asume nuevos desafíos.

En este contexto, la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, como muestra de su fidelidad hacia el cumplimiento de su visión y misión en el ámbito de la educación superior, acomete la responsabilidad de constituirse en el punto de concentración donde comparecen académicos, científicos, investigadores, técnicos, empresarios, sociólogos, funcionarios públicos, etc., quienes asumen el rol protagónico de una sociedad en creciente desarrollo.

Es así, que el interés de varios países de América, Asia y Europa se concentran en el Congreso Internacional de Innovación y Emprendimiento “INNOVAEC”, evento que se desarrolla en la ciudad de Riobamba en las instalaciones de nuestro Campus politécnico los días 21, 22 y 23 de Noviembre de 2018.

Este Congreso cuenta con la participación de personalidades como el Maestro Moo-Kwon Chung, República de Corea. Su aporte a la sociedad mundial está marcado por investiga-

ciones que apuntan a resolver la grave crisis social, originada por la creciente pobreza y la lucha de las desigualdades generadas por grupos de poder.

La doctora Nadia Jiménez, investigadora y catedrática española, aborda un tema de actualidad “La tecnología móvil”; nos transporta al escenario de las verdaderas fortalezas de la comunicación y los nuevos retos aplicables de la tecnología.

El Ing. Pedro Vega, Gerente General de Olé Ecuador, muestra el verdadero camino hacia el éxito de los emprendedores, el trabajo basado en las fortalezas, tomando en cuenta las debilidades y conducidos a través de la constancia, crean los escenarios propicios para demostrar que la excelencia es una aptitud y el éxito es una condición mental.

El Ing. Ricardo González, Gerente de LATINNOVA-Ecuador, joven y exitoso empresario plantea la estrategia “Para ganar más hay que competir menos e innovar más”.

Finalmente, la participación de catedráticos con conferencias magistrales y el desarrollo de talleres temáticos, nos dejan el compromiso de generar los nuevos insumos para una siguiente edición del Congreso Internacional de Innovación y Emprendimiento “INNOVAEC”. Listos estamos para los nuevos desafíos de la Academia, la responsabilidad del Empresario y aportar al desarrollo de la sociedad en constante crecimiento.

Oscar Granizo Paredes

AGRADECIMIENTO

La publicación del libro de memorias del primer I Congreso Internacional de Innovación y Emprendimiento es producto de un arduo trabajo del Grupo de Investigación Fábrica de Ideas, cuyo objetivo principal es compartir experiencias de otros países y el nuestro en temas de innovación y emprendimiento para potencializar la capacidad de nuestros docentes y estudiantes quienes son la razón fundamental de nuestra Alma Máter. Al mismo tiempo hacemos un agradecimiento especial a las autoridades institucionales quienes comprometieron el apoyo para llevar a cabo el INNOVAEC, que fortaleció la investigación y el conocimiento en estos ejes temáticos que buscan consolidar la responsabilidad de la ESPOCH, y de la educación superior en la generación de empresas y emprendimientos con una alta innovación que generen desarrollo y mejora de vida de nuestra sociedad.

También me es grato agradecer a los conferencistas, docentes investigadores y estudiantes que aportaron con sus conferencias magistrales, ponencias y posters que coadyuvaron al compartir con nuestros estudiantes la capacidad académica y tecnológica que consolide el emprendimiento.

Este libro plasma nuestra convicción de que la investigación es un eje transversal al quehacer académico, pero al mismo tiempo debe ser considerada como un eje de políticas que permitan mejorar los procesos inherentes al quehacer investigativo, a fin de continuar mejorando la producción científica en nuestra institución. El vicerrectorado de Investigación

y Posgrado sigue cumpliendo de esta forma con su mandato más integral: fortalecer los procesos de investigación y divulgar los resultados entre la comunidad de docentes politécnicos y en general en la sociedad ecuatoriana. Saludo y felicito al personal del Instituto de Investigaciones, que es el espacio institucional creado en la ESPOCH para potenciar la investigación científica; a los docentes que entregaron todo de sí para que esta jornada y sus memorias hayan llegado a feliz término; y espero que la Semana de la Ciencia, Tecnología e Innovación se convierta en una tradición institucional, como espacio para la discusión y divulgación de los resultados, por su utilidad sobre todo para los jóvenes docentes politécnicos que constituyen el futuro relevo de la ciencia de la ESPOCH.

Juan Aguilar



**CONFERENCIAS
MAGISTRALES**

Conferencista:**Moo-Kwon Chung**

Yonsei University

Institute for Poverty Alleviation and International Development

Tema: Social Entrepreneurship, Social Innovation, and Community Development: Cases in Korea**Dia:** 21 de noviembre**Contents**

I. Conceptualizations, Theories, and Hypotheses

- Why Social and Solidarity-based Community Development
- Why Social Entrepreneurship: Actor-oriented Strategy
- Types and Sources of Social Entrepreneurship
- What is Social Innovation?
- Reciprocity and Social Capital
- What is Community Development?

II. Korean Cases: IPAID Project

- Background, Problems, Objectives
- The Role of Social Entrepreneurship and Institutionalization of collaboration: Three Case Studies
- Factors and Mechanisms of Community Development : A Tentative Evidence with Six Cases
- Why do we need Good Practices?
- Implications Future Directions

I. Conceptualizations, Theories, and Hypotheses

Why Social Solidarity Economy-based Community Development?

- Limitations of the welfare states in Western Industrialized countries
- Failure of the Neo-liberalism; failure of the market-based development
- Limitations of the Developmental States in East Asia
- Emergence of new hybrid organizations;

- Social enterprises, cooperatives, community business organizations
- Meeting social needs with business activities
- New paradigm of Development as an alternative strategy:
 - Social economy/Social Solidarity Economy
- New role of civil society: Community Capacity Building

Why Social Entrepreneurship?: Actor-oriented Strategy

- Social Entrepreneurship is a rapidly emerging domain within both the academic and practitioner communities.
- But there is no clear consensus of its precise concept yet.
- A useful definition:

“Innovative and effective activities that focus **strategically** on resolving **social market failures** and creating opportunities to add **social value systematically** by using **a range of organizational formats to maximize social impact and bring about change**” (Nicholls, 2006).

Types and Sources of Social Entrepreneurship (1)

1) Individual level of social entrepreneurship

- Focus on heroic individuals, leaders to initiate innovative activities and projects
- Liberal Model
- Borstein, Ashoka Foundation
- However this level runs the risk of overlooking the vital role played by outside actors, stakeholders, networks, organizations, and institutions in overcoming such barriers to success and in influencing broader public discourse.

2) Collective/community level of social entrepreneurship

- Community development is ultimately the results of the community people’s collective action.
- In the initial stage, some individual leaders’ role is crucial, but without the collective entrepreneurship, a single elite leadership cannot be sustainable.
- Collective entrepreneurship is acquired by learning and learning by doing, and collective actions/ social learning

Types and Sources of Social Entrepreneurship (2)

- Much of social entrepreneurship appears, in fact, to be collaborative and collective, drawing on a broad array of support, cooperation and alliances to build awareness, gain resources and, ultimately, make change.
- The capacity of collective action across sectors to create markets, institutions and organizations and, to derive success by resonating through embeddedness in broader social movements.

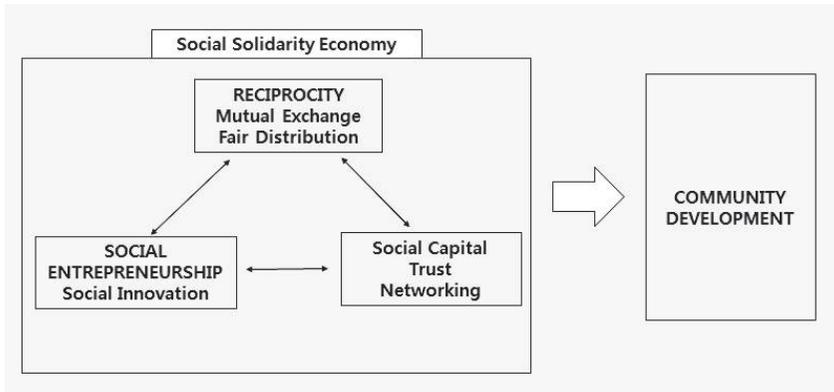
What is Social Innovation?

- Social innovation can be defined as the development and implementation of new ideas (products, services, and models) to meet social needs and create new social relationships or collaborations.
- It represents new responses to pressing social demands, which affect the process of social interactions.
- It is aimed at improving human well-being.
- Social innovations are innovations that are social in both their ends and their means.
- They are innovations that are not only good for society but also enhance individual's capacity to act.

Reciprocity and Social Capital: Conditions for the Sustainable Community Development

- **Reciprocity** is mutual and fair exchanges.
- Karl Polanyi emphasized the reciprocity, market, redistribution as main operating mechanisms of substantial economy.
- An important component and, at the same time, condition for the formation of social capital and sustainable community development.
- **Social capital** is a useful and important concept as capacity/function of persons, organizations, or community, but there are different perspectives with different purposes.
 - Putnam, Coleman, Bourdieu, Hirschman.....
- Here the social capital is the properties/assets of the community such as trust, network, and shared values bringing successful collective activities in solving collective problems.
- The successful activities of SSE organizations as social innovations create and enhance social capital and contribute to sustainable community development.

Factors and Mechanism of Community Development: Tentative Hypotheses



What is Community Development?

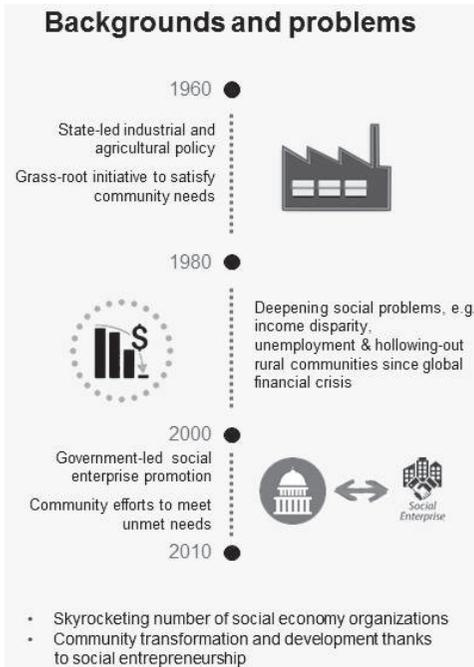
- Various Dimensions
 - Economic growth
 - Job and income increase
 - Meeting the basic social needs
 - Reducing Inequalities
 - Quality of life
 - Enhancing Capabilities
 - Happiness

Diversities of the Contexts, Performances, and Outcomes

- There is no 'one best way' or 'one-size fits all' in social entrepreneurship, social innovations, and community development.
- Contextual Diversities create different types of social entrepreneurship and outcomes.
- Different contexts require different strategies.
- Performances and outcomes are also different, depending on the intentions, strategies, and contexts of the communities.
- We need to find right models and strategies in the different contexts.

Korean Cases: IPAID Research Project

Backgrounds, problems and objectives



Objectives

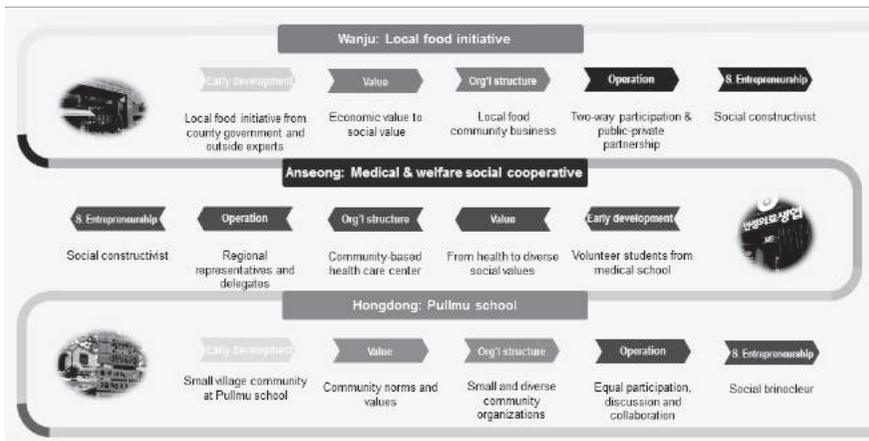
- To provide an overview of the development of Korean local communities from comparative perspective.
- To compare the social entrepreneurship, social innovation and community development in the selected rural communities of Wanju, Anseong, and Hongdong which are considered to be relatively successful cases in Korea.
- IPAID research is to create data base of 30 communities during 5 years.

For Example: Three rural communities

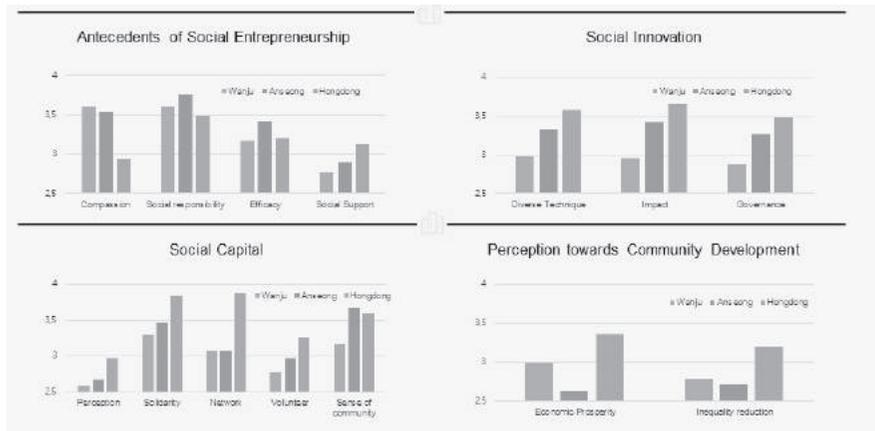
	Wanju	Anseong	Hongdong
Population	95,975	182,786	3,512
Household	41,835	77,456	1,598
Certified SEs	4	7	4
Cooperatives	86	35	25
District	County	City	Township



The Role of Social Entrepreneurship and Institutionalization of collaboration: Three Cases



Social entrepreneurship and innovation (one-way ANOVA)



Tentative Empirical Findings

VARIABLES	
SURVEY QUESTION	CRONBACH ALPHA
RECIPROCITY <ul style="list-style-type: none"> • WHEN I AM SICK, I CAN ASK MY NEIGHBOR FOR HELP. • WHEN I AM SICK, MY NEIGHBOR CAN TAKE CARE OF MY CHILDRED. • PEOPLE IN MY VILLAGE PARTICIPATE IN VOULTEERING. • PEOPLE IN MY VILLAGE CONTRIBUTE TO COMMUNITY DEVELOPMENT. 	0.7483
TRUST <ul style="list-style-type: none"> • TRUST IN PUBLIC ORGANIZATION, CLUBS, VENDORS, SOCIAL SERVICE, LOCAL GOVERNMENT, JUDICIARY, POLICE 	0.8116
SOCIAL INNOVATION <ul style="list-style-type: none"> • VARIOUS ORGANIZATIONS WORK TOGETHER TO SOLVE COMMUNITY PROBLEMS. • PROJECT FOR PROBLEM SOLVING IN THE COMMUNITY ARE USED IN A VARIOUS WAY. • A VARIETY OF METHOD ARE EVALUATED IN PROJECTS FOR PROBLEM SOLVING IN THE COMMUNITY. • PEOPLE ARE INFLUENCED IN PROJECTS FOR PROBLEM SOLVING IN THE COMMUNITY. • PEOPLE COMMUNICATE WITH EACH OTHER FOR PROBLEM SOLVING IN THE COMMUNITY. • VARIOUS ORGANIZATIONS AND INDIVIDUALS PARTICIPATE IN THE ONGOING PROJETS. 	0.7773

Which Factors Contribute to Community Development? A Tentative Evidence

ORDERED LOGITSTIC REGRESSIN RESULTS 1

DO YOU THINK YOUR VILLAGE IS GOOD ENOUGH TO LIVE IN?	M1	M2	M3
variable	odds ratio	odds ratio	odds ratio
Reciprocity	2.3623***	2.2126***	2.0846***
Trust		1.8165***	1.6429***
Social innovation			1.5379**
sex(male=1)	0.9273	0.9702	0.9937
age	0.9504	0.9380	0.9415
Education(university=1)	0.9750	0.9761	0.9713
income(log)	0.9065	0.9050	0.9078
Obs	600	600	600
Pseudo R2	0.0957	0.1020	0.1053

- * P<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01
- region dummy included

Which Factors Contribute to Community Development

ORDERED LOGITSTIC REGRESSIN RESULTS 2

DO YOU THINK ECONOMY IN YOUR VILLAGE HAS DEVELOPED IN 5 YEARS?	M1	M2	M3
variable	odds ratio	odds ratio	odds ratio
Reciprocity	1.7618***	1.6082***	2.0714***
Trust		1.8622***	1.6160***
Social innovation			1.9828***
sex(male=1)	0.8650	0.8917	0.9399
age	0.8896*	0.8823**	0.8952*
Education(university=1)	1.4491**	1.4383***	1.4723**
income(log)	1.1883**	1.1940**	1.1870**
Obs	600	600	600
Pseudo R2	0.0935	0.1014	0.1238

- * P<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01
- region dummy included

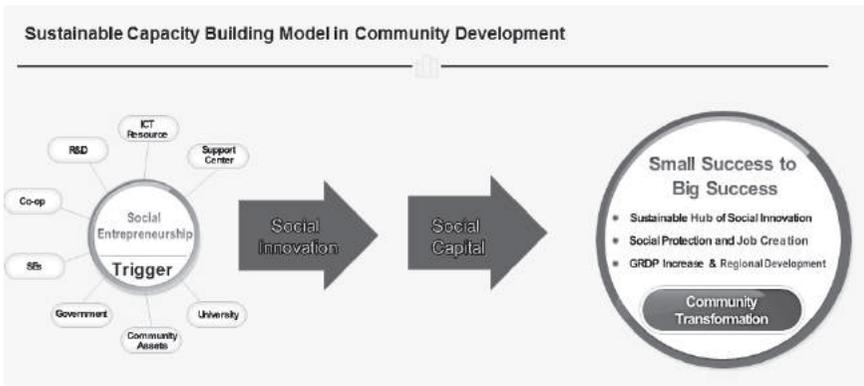
Social Entrepreneurship, Reciprocity, and Social Capital

ORDERED LOGITSTIC REGRESSION RESULTS 3

• DO YOU THINK INEQUALITY IN YOUR VILLAGE HAS REDUCED IN 5 YEARS?			
	M1	M2	M3
variable	odds ratio	odds ratio	odds ratio
Reciprocity	1.3182 ^{**}	1.2092	1.0806
Trust		1.7375 ^{***}	1.3730*
Social innovation			2.6017 ^{***}
sex(male=1)	0.8437	0.8722	0.9226
age	0.9287	0.9191	0.9286
Education(university=1)	1.1740	1.1580	1.1617
income(log)	1.1658 ^{**}	1.1702 ^{**}	1.1637 ^{**}
Obs	600	600	600
Pseudo R2	0.0833	0.0894	0.1081

• * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01
 • region dummy included

Why do we need good practices?



Implications and future directions

Implications

- Causal relationship between social entrepreneurship, social innovation and community development
- Importance of education for community development, community value and infrastructure for endogenous collaboration
- Need of the database for systematizing of community data

Future directions

- Sustainable community development led by learning and interaction
- Searching for success models for social economy ecosystem

Conferencista:

Dra. Nadia Jiménez

Profesora e Investigadora

Directora del Área de Comercialización e Investigación de Mercados

Universidad de Burgos

Tema: Comercio móvil: De la investigación a la práctica

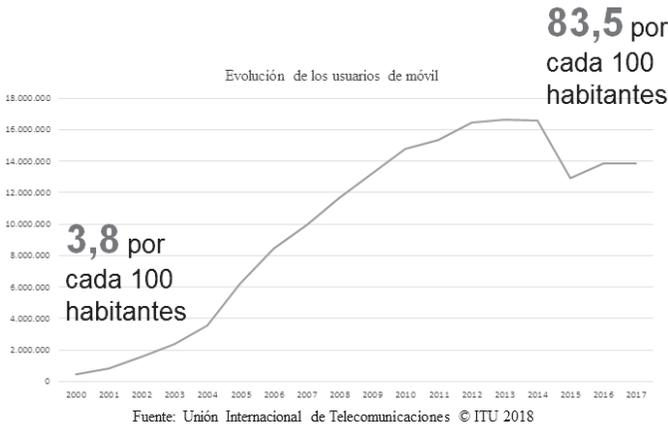
Día: 21 de noviembre

Comercio móvil:

Etapas preliminares de adopción.

- Reto empresarial
- Amplia gama de posibilidades comerciales

En 2018 los móviles suponen el dispositivo digital preferido por los consumidores.
¿Cómo es mercado en Ecuador?



En Ecuador...

53%
tiene smartphone

Target: Aprox. 9 millones

25%
compra con smartphone

Target: Aprox. 4,3 millones

Fuente: Observatorio de Comercio Electrónico - Comportamiento de Compra por Internet en Ecuador 2017 ©UEES

Mercado predominantemente femenino y joven (26 - 33 años)

55% mujeres (Aprox. 4.6 millones mujeres)

45% hombres (Aprox. 3.8 millones hombres)

Fuente: Observatorio de Comercio Electrónico - Comportamiento de Compra por Internet en Ecuador 2017 ©UEES

Comercio móvil

- Evolución del comercio electrónico

Particularidades

- Ubicuidad
- Portabilidad
- Inmediatez

Comercio móvil	Comercio electrónico	Autores
Mayor ubicuidad	Menor ubicuidad	Groß (2015); Gu et al. (2013); Holmes et al. (2013)
Menor el escaparate para mostrar información (Pantalla de entre 5" y 9").	Mayor el escaparate para mostrar información (Pantalla de 14" o más).	Adipat et al. (2011); Ghose et al. (2013)
El esfuerzo en la búsqueda de Información es mayor	El esfuerzo en la búsqueda de información es menor	Adipat et al. (2011); Ghose et al. (2013)
Conexión a internet más lenta y menos estable [Acceso a internet a través de redes celulares tales como GSM (Global System for Mobile Communications), CDMA (Code Division Multiple Access), WCDMA (Wide Band Code Division Multiple Access) o Wi-Fi].	Conexión a internet más rápida y más estable (Acceso a internet a través de banda ancha, fibra o Wi-Fi).	Gu et al. (2013)
Mayores costos asociados con su uso (percepción de diferentes niveles de tarifas de conexión a Internet).	Menores costos asociados con su uso (niveles relativamente más estandarizados de tarifas de conexión a Internet).	Choi et al. (2008)
Transacciones en movilidad del usuario (en vehículos, buses, caminando, etc.)	Transacciones en un ambiente estático (en casa, oficina, etc.).	Gu et al. (2013)

Más personalización (el móvil es una herramienta privada y personal)	Menos personalización (el ordenador es una herramienta personal o corporativa).	Choi et al. (2008)
Acceso a un público objetivo más amplio	Acceso a un público objetivo más restringido	Liébana-Cabanillas et al. (2014)

Comercio móvil:

Venta de productos o servicios a través de tecnología y dispositivos portátiles o móviles que facilitan al consumidor realizar sus compras de forma ubicua y en cualquier momento.

Tendencia a nivel mundial:

El consumo móvil no crece a la par que el uso del móvil.



Principales razones: Seguridad, no poder tocar o ver el producto, dificultades con la navegación o búsqueda de información y preocupación por la privacidad...

¿Motivos?



¿Qué nos dice la investigación al respecto?

De la investigación a la práctica...

Artículo publicado año 2017



Industrial Management & Data Systems

Curbing electronic shopper perceived opportunism and encouraging trust

Sonia San-Martin, Nadia Jimenez,

Article information:

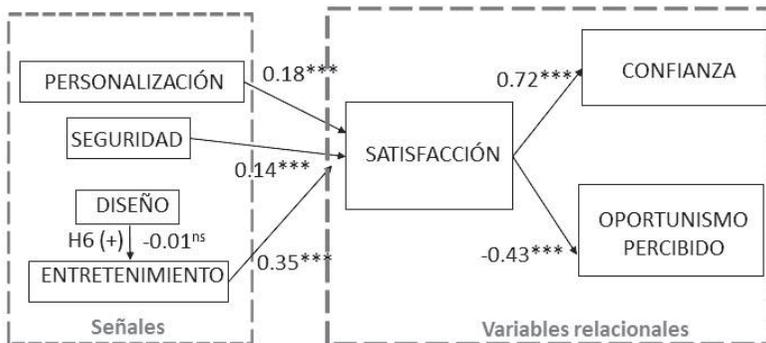
To cite this document:

Sonia San-Martin, Nadia Jimenez. (2017) "Curbing electronic shopper perceived opportunism and encouraging trust", Industrial Management & Data Systems, Vol. 117 Issue: 10, pp.2210-2226, <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2016-0315>

Permanent link to this document:

<https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2016-0315>

Modelo propuesto



n=447 (Compradores españoles por móvil)

Metodología cuantitativa: Ecuaciones estructurales

- ✓ La satisfacción tiene un papel mediador en el efecto de las señales para incrementar la **confianza** y reducir la **percepción de oportunismo**.
- ✓ En etapas tempranas de la adopción móvil son esenciales las **señales** que la empresa manda al mercado para aumentar la satisfacción.

Señales experienciales (diseño o entretenimiento)

Señales cognitivas (personalización o seguridad y privacidad)

EL ENTRETENIMIENTO

- Factor principal para generar satisfacción.
- Compra móvil: hedonista > cognitiva
- Reducir las barreras del "need for touch"
- Sustituir la interacción cara a cara.
- El diseño no aumenta el entretenimiento (una condición necesaria, pero no suficiente en app y sitios móviles).

PERSONALIZACIÓN Y SEGURIDAD EN LA COMPRA MÓVIL

- Su existencia evita la insatisfacción.
- El consumidor da por hecho que la empresa debe garantizar la personalización y seguridad en la compra a través del móvil.

Conferencista:**Diana Abril Navarro, M.A.**

DIRECTORA DE PROGRAMAS Y MedIOS- Institute for Training and Development

Depto. De español y portugués, Universidad de Massachusetts, Amherst

Tema: Liderazgo y Emprendimiento**Día:** 22 de noviembre**Contexto**

Discriminación lingüística

El peligro de la única historia – Chimamanda Adichie (2009)

Cuando una historia se cuenta una y otra vez hasta que se convierte en la única historia. No son inciertas, pero son incompletas. Y el problema con ellas es que crean estereotipos y resaltan nuestras diferencias en vez de nuestras similitudes.

Mujeres Feministas

Desmintamos el significado de feminismo:

Crear consciencia

Ser justo (en cuestión al trabajo realizado)

Romper esquemas (roles)

Formar equipo

Evitar que nuestra imagen nos defina

Todos poseemos/buscamos:

- Inteligencia
- Capacidad
- Respeto
- Estereotipos
- Preferencias
- Identidad

Oportunidades en EE.UU. De Emprendimiento y Liderazgo:

- SUSI – Study of the United States Institutes
- Public Policymaking
- Social Entrepreneurship
- Women's Leadership

- YLAI – Young Latin American Initiative

Tu valor no se reduce según la (in)capacidad de alguien de poder reconocerlo"

Conferencista:

Lieve Van Elsen

Director Regional TRIAS

Tema: TRIAS

Día: 22 de noviembre

TRIAS EN EL MUNDO



AREAS TEMATICAS



Fortalecimiento organizativo - liderazgo



Servicios y microfinanzas



Desarrollo de capacidades



Asistencia técnica



Inclusión de mujeres y jóvenes



Acceso a mercados y valor agregado



EQUIPO DE ASESORES

Nuestro equipo de asesores promueve la gestión socio-empresarial

INTERCAMBIOS INTERNACIONALES

Conectamos las organizaciones con redes locales, nacionales e internacionales, también con el sector privado y cooperativo.

SOLUCIONES



1. Fortalecimiento Organizacional

12 cooperativas sostenibles

2. Mejoramiento productivo

En 6 años se incrementó la productividad el 200% por hectáreas

3. Servicios a productores

Asistencia técnica, formación, microfinanzas, acceso a insumos,

4. Estrategias de mercado

Mejores precios, mercados con precios justos para los productores, plan de negocios

5. Crear Valor agregado

Quinoa lavada – harina de quinoa y otros derivados

6. Networking – relacionamiento con otros actores (sector privado, público)

Intercambio de conocimientos y experiencias

Resultados

- 254 líderes formados (40% mujeres, 25% jóvenes)
- 80% socios participan activamente: gestión organizativa, producción y comercialización
- Ventas con valor agregado en mercados diversificados con precio justo
- 8 Organizaciones llegan a su punto de equilibrio y sostenibilidad social
- Precio de pago al productor es 23% mayor al Mercado
- 78 Jóvenes capacitados en gestión empresarial y liderazgo rural
- 11 emprendimientos de jóvenes en marcha

Conferencista:

Gabriel Bermeo

Director de Innovación Social

SENESCYT

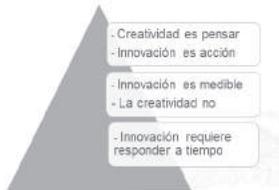
Tema: Emprendimiento e innovación

Día: 22 de noviembre

Los emprendimientos son una especie de organismos vivos, que surgen, crecen, se desarrollan y luego, según el caso, se estabilizan o desaparecen

Diferencia entre creatividad e innovación

“A medida que avanzamos y entramos a la puesta en marcha e implementación de una idea la creatividad se convierte en innovación”



Objetivo



Conjunto de condiciones que permiten el trabajo articulado

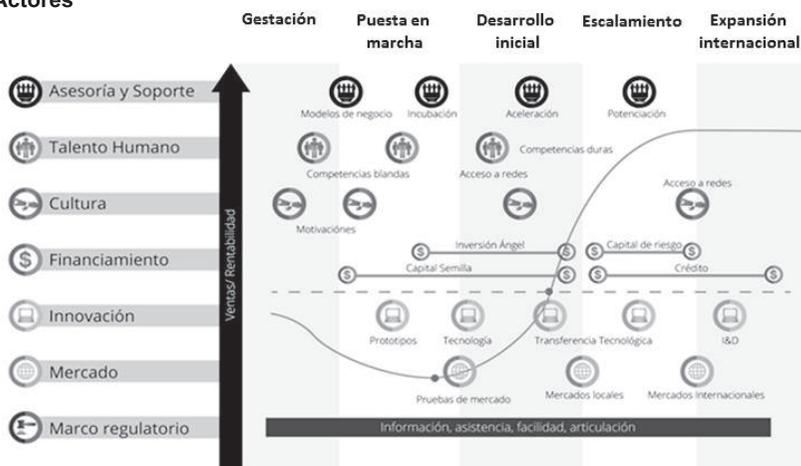


distintos actores y procesos



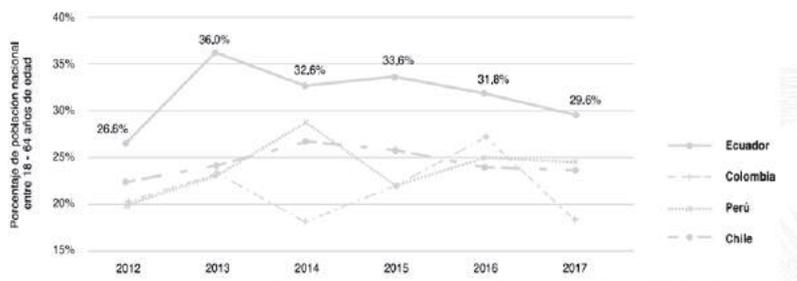
fortalecer la actividad emprendedora y de innovación.

Actores



Contexto ecuatoriano

Evolución de la tasa de actividad emprendedora temprana Ecuador 2012-2017



Contexto ecuatoriano

Motivaciones para emprender Ecuador 2017

	TEA	TEA oportunidad (% en TEA)	TEA necesidad (% en TEA)
Perú	24,60%	80,23%	16,66%
Chile	23,80%	73,06%	25,74%
Colombia	18,68%	77,42%	20,05%
Ecuador	29,62%	57,31%	42,33%
Región	18,49%	71,72%	26,97%
Economías de Eficiencia	14,87%	71,87%	26,33%

Los negocios se concentran en comercio, baja competitividad, limitado uso de tecnología y baja innovación.



La mayoría de los emprendedores son auto empleados

Los negocios escalables o nacidos para exportar (born global) son contados.

Contexto ecuatoriano

Evaluación del entorno de emprendimiento Ecuador 2017

Descripción	Ecuador	Región	Economías de eficiencia
Apoyo financiero	3,15	3,52	4,14
Políticas gubernamentales: Políticas generales	3,53	3,90	3,98
Políticas gubernamentales: Regulación	2,93	3,41	3,53
Programas gubernamentales	3,58	4,27	4,03
Educación y formación: Primaria y secundaria	3,60	2,73	3,01
Educación y formación: Educación superior	5,99	5,14	4,75
Transferencia de I+D	3,52	3,59	3,55
Infraestructura comercial y profesional	5,06	4,67	4,68
Apertura del mercado interior: Dinámica	4,59	4,41	5,12
Apertura del mercado interior: Apertura	3,93	3,93	3,98
Acceso a infraestructura física	6,99	6,19	6,33
Normas sociales y culturales	4,99	4,73	4,62

Evaluación del entorno de emprendimiento Ecuador 2012-2017

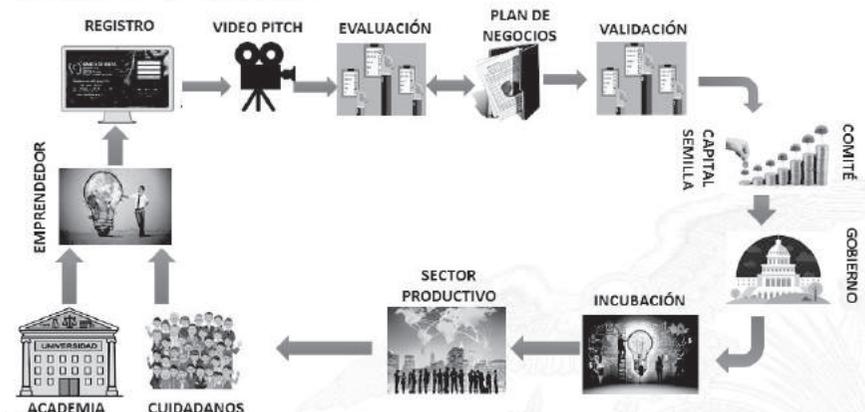
Descripción	Promedio 2012-2015	2016	2017
Apoyo financiero	3,85	2,86	3,15
Políticas gubernamentales: Políticas generales	5,11	3,38	3,53
Políticas gubernamentales: Regulación	3,67	2,68	2,93
Programas gubernamentales	4,49	3,36	3,58
Educación y formación: Primaria y secundaria	3,79	3,07	3,60
Educación y formación: Educación superior	5,82	5,33	5,99
Transferencia de I+D	3,82	3,17	3,52
Infraestructura comercial y profesional	5,06	4,57	5,06
Apertura del mercado interior: Dinámica	4,18	4,54	4,59
Apertura del mercado interior: Apertura	4,46	4,21	3,93
Acceso a infraestructura física	7,45	6,72	6,99
Normas sociales y culturales	5,39	5,35	4,99

Factores que fomentan o restringen el emprendimiento Ecuador 2017

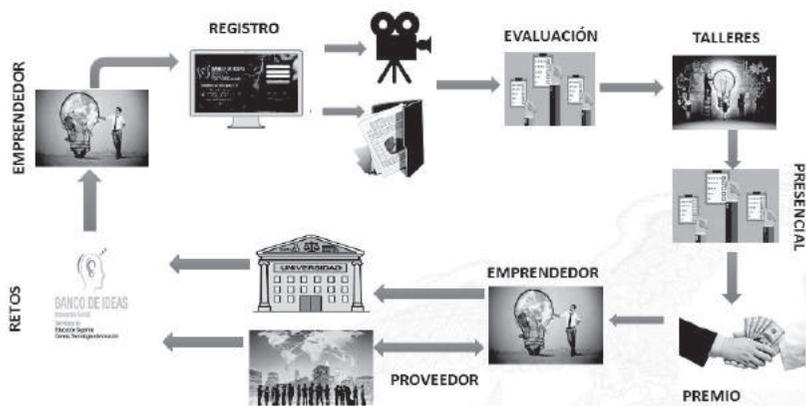


Actividades emprendidas desde la SENESCYT

Banco de ideas



Retos de innovación abierta



Retos y oportunidades

Políticas y marco normativo.

Generación de un marco normativo ágil y eficiente, que genere confianza en los emprendedores e innovadores.

Disminuir la excesiva tramitología y centralismo.

Apoyo financiero.

Desarrollo de productos o servicios financieros dedicados a emprendedores e innovadores.

Talento humano.

Fortalecer la educación en emprendimiento en el nivel de educación básica y secundaria.

Fomentar el desarrollo de vocaciones, capacidades y actitudes emprendedoras.

Cultura de E&I

Eventos que promuevan el rol del emprendedor e innovador en la sociedad, y que fomenten el crecimiento de las actividades de E&I en general.

Retos y oportunidades**I+D+i.**

Crear incentivos que fomenten la colaboración científica entre academia y sector empresarial.

Mejor articulación entre gobierno, gremios empresariales y universidades para coordinar ideas y recursos.

Crear incentivos que fomenten la creación de emprendimientos asociados a desarrollo tecnológico y con fuertes componentes de innovación.

Asistencia técnica.

Mejoras en las instancias de incubación de negocios en cuanto a cantidad y calidad y los costos asociados para los emprendedores.

Apertura de mercado.

Mecanismos de promoción de emprendimientos con alcance regional o global.

Soporte para que los emprendedores accedan a mercados internacionales.

Acuerdos y relaciones comerciales con otros países que favorezcan a los emprendedores locales.

Conferencista:

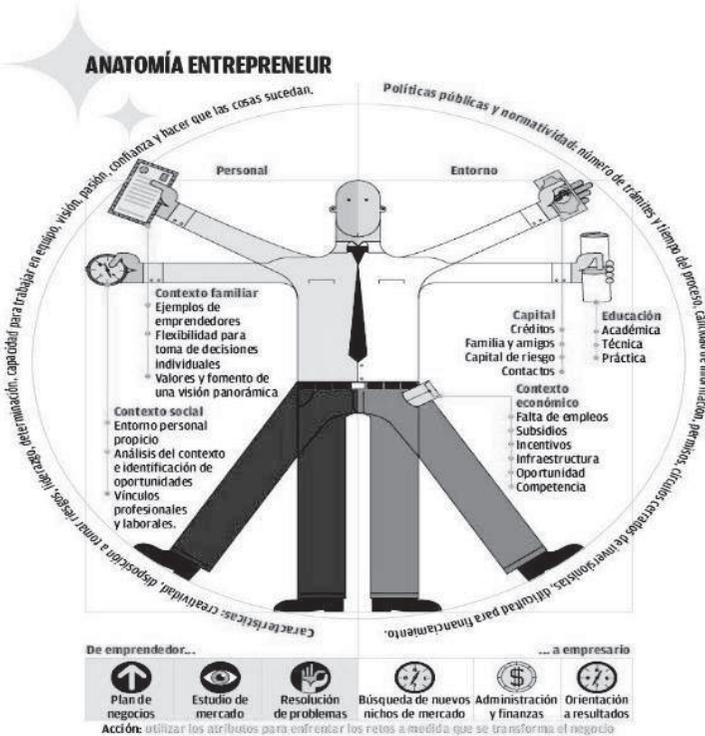
Ing. Jenny Basantes Ávalos Ph.D

Decana Facultad de Administración de Empresas

Tema: El Emprendimiento como fundamento de la Sociedad Moderna

Día: 22 de noviembre

- Grandes empresas se iniciaron como el emprendimiento de un soñador que vió en el **trabajo arduo, diario y tesonero** la forma de realizar sus **sueños**, cumplir sus **metas** y contribuir con su **comunidad**
- Empresas tan grandes como Ford Motor Company; Coca Cola, Facebook, Google entre muchas otras se iniciaron con “**pequeñas**” actividades productivas y comerciales que se convirtieron en **pilar del desarrollo** de sus naciones.
- Un estudio de Kauffman denominado “La Anatomía del Emprendedor” que se basa en una encuesta a 549 fundadores de compañías de diversas industrias revela sorprendentes descubrimientos:



1.- La edad no es importante a la hora de emprender;

La edad media de los emprendedores encuestados cuando comenzaron sus empresas por sobre los 40 años.

2.- La educación sí es clave para emprender:

El estudio descubrió que el 95,1% de los encuestados tenía un título de grado y el 47% contaba con estudios de postgrado.

3.- emprender y tener una familia es posible:

Más del 69% de los empresarios cuestionados aseguraron estar casados cuando comenzaron su primer negocio, el 59,7% indicó tener al menos 1 hijo y el 43,5% dijo tener 2 o más.

4.- Puedes fracasar y volver a comenzar cuantas veces sea necesario:

La mayoría de los emprendedores encuestados eran seriales, con una media de 2,3 negocios.

5.- La mayoría de los emprendedores son natos:

Solamente un 4,5% dijo que su incapacidad para conseguir un empleo tradicional los había llevado a crear su propio negocio. El emprendimiento para la mayoría de los empresarios no suele ser la última opción, sino la primera.

6.- Trabajar para alguien más es clave para emprender:

El 75,4% de los emprendedores aseguró haber trabajado para otros por más de 6 años antes de comenzar sus propias empresas. Su experiencia resultó invaluable para saber qué hacer y qué no en su negocio. (Universia, 2018).

- La historia convirtió al emprendedor en un generador de **riqueza y bienestar** para sí mismo y para la sociedad.
- Existe por lo tanto un vínculo directo en la **cantidad y calidad** de emprendedores de una nación y su **nivel de desarrollo**

Las cifras del Emprendimiento en el mundo

El Índice Global de Emprendimiento (IGE) es un producto del Instituto de Emprendimiento y Desarrollo Global (GEDG).

Realiza investigaciones sobre el vínculo entre el espíritu empresarial, el desarrollo económico y la prosperidad.

En el informe presentado en Corea del Sur se informó que el emprendimiento cubre el 68% de la población y el 86% del PIB mundial.

Las economías con mayor desarrollo reportan niveles más altos de iniciativa emprendedora impulsada por oportunidades y, a su vez, mayores índices de innovación y de perspectivas de creación de empleo.

- 

A nivel regional, América del Norte se sitúa a la cabeza con un 82% de emprendedores motivados por oportunidades, seguida de Europa (75%) y Asia y Oceanía (74%). (Red Gem España, 2017).
- 

Con el pasar del tiempo la participación de las mujeres ha ido creciendo, una tercera parte de los emprendedores del mundo son mujeres (Vivo Emprendiendo, 2013), en este estudio Chile ocupa el 1er lugar en apoyo hacia la mujer emprendedora, y es además el país con mayor número de emprendimiento en el mundo. (Vivo Emprendiendo, 2013).

El Emprendimiento en el Ecuador

- 

En nuestro país el emprendimiento ha dado origen a las pequeñas empresas que con el pasar del tiempo han crecido, evolucionado y son fuente de trabajo y son generadoras de dinamismo económico.
- 

Según el censo económico del año 2010, el 95.4% de las empresas son micro empresas, y entre las micro y pequeñas empresas suman el 99.2 % de las actividades empresariales en el Ecuador.

La actividad emprendedora en nuestro país tiene una duración promedio de 3,5 años, tiempo que le toma en transformarse de un emprendimiento a un negocio formalizado como empresa:

- 

1 de cada 4 ecuatorianos desarrolla o ha desarrollado el emprendimiento.
- 

De ahí la labor fundamental de la academia en desarrollar la potencialidad emprendedora de los estudiantes y personas en general, quienes deben ver al emprendimiento no como una opción al desempleo sino como una oportunidad válida e igual de importante para el desarrollo no solo personal sino también para el de la sociedad a la que pertenece.
- 

El emprendimiento además va de la mano con la innovación, el emprendedor es un innovador innato, ha desarrollado esa habilidad que le permite conocer, entender e interpretar su medio y las necesidades que se presentan a su alrededor y busca como satisfacerlas.
- 

El grado de innovación, que según GEDI se da cuando una iniciativa emprendedora ofrece un producto o servicio nuevo para el mercado, es también más elevado en economías desarrolladas como Canadá (43%), Estados Unidos (36%) o Francia (48%). (Red Gem España, 2017).



**ARTÍCULOS
CIENTÍFICOS**

Analysis of fuel consumption from the price increase, in commercial carriers of the city of Riobamba in 2018.

Análisis del consumo de combustibles a partir del incremento del precio, en los transportistas comerciales de la ciudad de Riobamba en el año 2018.

AUTOR: R Moreno Álvarez¹, H Suárez Navarrete², M Izurieta Castelo³, D Vallejo Sánchez⁴

1. Vicedecano de la Facultad de Administración de Empresas, ESPOCH.
2. Director De Escuela Contabilidad y Auditoría, ESPOCH.

3. Docente Escuela de Contabilidad y Auditoría, ESPOCH.
4. Docente, Escuela de Contabilidad y Auditoría, ESPOCH

RESUMEN

El presente artículo es el resultado de una investigación cuyo objetivo es "Analizar el consumo de combustibles a partir del incremento del precio, en los transportistas comerciales de la ciudad de Riobamba en el año 2018"; con la hipótesis de que el incremento de precio de la gasolina Súper disminuyó los ingresos de los transportistas comerciales a partir del alza. Se ejecutó una investigación de campo, mediante la aplicación de cuestionarios, aplicadas a los dirigentes de las 51 cooperativas que se encuentran legalmente constituidas en la ciudad de Riobamba; se abordó con enfoque cuantitativo - cualitativo, un nivel de investigación exploratoria- descriptivo, y Relacional, se utiliza un método deductivo; mediante análisis de datos de varianza de un factor, con un nivel de significancia de 0.05, con un Factor crítico de 4,26 y una probabilidad del 0,87 se acepta la hipótesis nula. El incremento de precio de la gasolina Súper NO disminuyó los ingresos de los transportistas comerciales a partir del alza.

RESUMEN

This article is the result of a research whose objective is "Analyze fuel consumption from the price increase, in commercial carriers of the city of Riobamba in 2018"; with the hypothesis that the increase in the price of Super gasoline decreased the income of commercial transporters from the rise ... A field investigation was carried out, through the application of questionnaires, applied to the leaders of the 51 cooperatives found legally constituted in the city of Riobamba; It was approached with a quantitative-qualitative approach, a level of exploratory-descriptive research, and Relational, a deductive method is used; by analyzing variance data of a factor, with a level of significance of 0.05, with a critical factor of 4.26 and a probability of 0.87, the null hypothesis is accepted. The increase in the price of Super NO gas decreased the revenues of commercial carriers from the rise.

Palabras claves:

Precio, consumo, demanda, combustible

Keywords:

Price, consumption, demand, fuels

1. Introducción

En la teoría de precios el estudio de la demanda y su desplazamiento puede darse por factores como gustos, preferencias, mercado, ingresos de las personas, precio del producto a analizar, complementarios y sustitutos, tomando como referencia el alza de precio que se dio en la gasolina súper, se busca conocer el cambio que se presentó en la curva de la demanda y como afecta esto a los transportistas comerciales de la ciudad de Riobamba. Para ello se presenta a continuación la referencia bibliográfica que sustenta la presente investigación:

Precio

Según Sulser & Pedroza, (2004): En su libro Exportaciones Efectiva nos dice que: el precio en general es una medida cuantitativa, que nos indica el valor de un producto o servicio. No así, para algunos bienes que tienen valores cualitativos, como el precio o las consideraciones de otro tipo, como el valor adquirido por ser un único bien producido en el mundo (está el caso de los Ferraris), o algún regalo que provenga de una persona a la cual estimamos mucho. (pág. 99)

Según Castro & Días, (2004): En su libro Gestión de Precios nos dice que: “el precio puede definirse como la cantidad de dinero (también cabe la posibilidad de utilizar productos y servicios) que el comprador intercambia por productos o servicios recibidos del vendedor”. (pág. 37)

Según Parkin, (2015): Manifiesta que: “El precio de un objeto es el número de unidades monetarias (dólares, pesos, euros, colones, etc.). Que deben cederse a cambio del punto los economistas se refieren a dicho precio como precio monetario”. (pág. 56)

Según Parkin, (2015): Manifiesta que: “El precio de equilibrio es aquel en el cual la cantidad demandada iguala la cantidad ofrecida. La cantidad de equilibrio es el monto comprado y vendido al precio de equilibrio un mercado tiende al equilibrio porque el precio regula los planes de compra y venta, el precio se sujeta cuando esos planes no coinciden. (pág. 66)

Consumo

Según el Diccionario de Economía (Greco, 2003, pág. 113) Nos dice que consumo: es la causa final del circuito económico. Suprime una utilidad porque la incorpora el ser humano para satisfacer una necesidad o un deseo. Y por eso es individual y supone una destrucción con el fin de una construcción. La producción está regulada por el consumo, tanto en cantidad como en calidad. No obstante, consumir no es destruir ya que la destrucción equivale a una pérdida que debe reponerse con el correspondiente gasto. La evolución del consumo marcha de forma paralela con la historia de la humanidad y de la civilización. (pág. 113)

Según Baudillar, (2004): Nos dice que el consumo: Se puede concebir como una

modalidad característica de nuestra civilización industrial, a condición de separarla de una vez por causa de su acepción común y corriente: la de un proceso de satisfacción de necesidades. El consumo no es ese modo pasivo de absorción y de apropiación que oponemos al modo activo de la producción para poner en equilibrio esquemas ingenuos de comportamientos (y de alineación). Hay que afirmar desde el principio que el consumo es un modo activo de relación (no solo con los objetos sino con, la colectividad y el mundo) un modo de actividad sistemática y de respuesta global en el cual se funda todo nuestro sistema cultural. (pág. 223)

Según Díaz, (1999): Nos dice que: “El consumo es un agregado de cantidades que mide el valor de todas las mercancías que compran los hogares excepto las viviendas el capital productivo y las existencias”. (pág. 152)

Demanda

Según el Diccionario de Economía Greco, (2003): nos dice que la demanda: “es el poder y decisión de compra por parte de los consumidores para adquirir una determinada cantidad de productos en un tiempo y precio establecido”. (pág. 139)

Según Rosales, En su libro elementos de Microeconomía nos dice que: “La demanda son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás

determinantes constantes en un tiempo determinado”. (pág. 25)

Según Parkin, (2015): Nos dice que demanda: “Se refiere a la relación íntegra entre el precio de un bien y la cantidad del mismo se ilustra mediante la curva de demanda y el plan de demanda”. (pág. 57)

Según Manso, (2003): Manifiesta que la demanda: Es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores interesados están dispuestos a comprar a un precio dado. Según se desprende de esta definición, la demanda es una magnitud flujo medida a lo largo de un periodo de tiempo dado, así como la expresión de una intención de compra que no se debe confundir con la ya realizada, generalmente reflejada en las estadísticas de consumo. (pág. 116)

Según Spencer, (1993): El término demanda, referidos a la demanda del mercado, tiene un significado concreto. La demanda del mercado, tiene un significado concreto. La demanda es una relación de dependencia que indica la cantidad de una mercancía en particular será comprado de diversos precios. (pág. 391)

Según Economía, (2011) nos habla de:

Factores que pueden afectar la demanda

Ya teniendo definido lo que la oferta y la demanda podemos hablar acerca de los factores que pueden afectarlos.

En el caso de la demanda los factores que la afectan son:

- Dimensiones del mercado: esto se refiere a la cantidad de población en un determinado lugar, menos población menos consumidores, pero también puede ser afectada en el aspecto en que más población hay más necesidad de consumir esto podría ser un aspecto negativo para los productores.
- La elevación de precios: así como dice la ley de la demanda, a precios más altos menos demandantes, en este caso en nuestro país puedo decir que este factor está apareciendo debido a que los productos de granos básicos van en alza y la población está buscando donde comprar más barato, lo cual también significa que algunos productores perderán demandantes.
- Preferencias o gustos personales: esto se refiere a la decisión de cada persona, esto se debe a que la gente está en su derecho de elegir lo que quiere consumir, por este factor muchos productores fallan en sus negocios por la falta de demandantes. Debido a que los bienes no son de buen gusto para el demandante.
- Factores externos: estos son como por ejemplo el clima, las temporadas en el año, la moda, etc. Estos factores en el país el año pasado se vieron muy afectados por el caso de las lluvias que arruinaron muchos cultivos lo cual provocó menos demandantes para los productores.

- Los ingresos de los productores: a menos ingresos menos productos para los demandantes.

Ley de la demanda

Según Parkin, Economía, (2014): Al referirse a la ley de la demanda manifiesta las razones para que el precio determine la cantidad demandada.

Si los demás factores no cambian, cuanto más alto es el precio de un bien, menor es la cantidad demandada del mismo bien; y a menor precio de un bien, mayor es la cantidad demandada.

Razones para que un precio más alto reduzca la cantidad demandada.

- Al efecto sustitución.
- Al efecto ingreso.

Efecto Sustitución

Cuando el precio de un bien se eleva, y el resto de los factores se mantiene sin cambio, su precio relativo su costo de oportunidad – aumenta. Aunque cada bien es único tiene sustitutos; es decir, otros bienes que se pueden utilizar en su lugar. A medida que el costo de oportunidad de un bien aumenta, el incentivo a economizar en su uso y cambiar a un sustituto se vuelve más fuerte. (pág. 57)

Efecto Ingreso

Cuando un precio se incrementa y el resto de los factores no cambia, el precio aumenta en relación con el ingreso. Al enfrentarse

tar un precio mas alto y mantener el mismo ingreso, las personas ya no pueden comprar todo aquello que adquierian antes. Por lo tanto se ven obligados a disminuir las cantidades demandada, cuando menos de algu os bienes y servicio. Por lo comun, el articulo cuyo precio ha aumentado estara entre los bienes que la gente compara en menor cantidad. (pág. 57)

Productos sustitutos

Según Schnaars, (1994): Los productos sustitutos se pueden definir de forma amplia o restringida. Los sustitutos influyen de forma importante en el nivel de la competencia. Los consumidores pueden cambiar hacia un sustituto cercano si perciben que los precios no se mantienen en el nivel competitivo. (pág. 129)

Según Tinidad Torres, (2005): Precio unitario es el importe de la remuneración o pago total que debe cubrirse al contratista por unidad de concepto terminado, ejecutando conforme al proyecto, especificaciones de construcción y normad de calidad. el consto unitario se integra con los costos directos correspondientes al concepto de trabajo, los costos indirectos, el coto por financiamiento., el campo por la utilidad del contratista y los campos adicionales. (Tinidad Torres, 2005, (pág. 4)

Combustible

Según Rodriguez,(2012): En su libro Mantenimiento de sistemas auxiliares del motor del ciclo Otto nos dice que combustible: “es

un material que se emplea para producir energía en forma de calor, como por ejemplo la gasolina”.

Según López, (2015): Manifiesta que combustible: “Es un líquido casi incoloro de olor característico, cuya densidad a 15°C es de 0,750kg/litro. El poder calorifico que posee se establece en unas 7350 kilocalorías por litro. El octanaje de la gasolina depende de su poder antidetonante”. (pág. 42)

Según Márquez, (2005): Manifiesta que con el nombre de combustibles son: “Las sustancias utilizadas para obtener calo. Según sea el estado fisico de esas sustancias los combustibles se clasifican en sólidos, líquidos o gaseosos”. (pág. 1)

Según (Pierre, (1994): Manifiesta que: “La palabra combustible se reserva para los productos utilizados para la generación de energía térmica en calderas, hornos, centrales, etc.” (pág. 175)

Consumo de combustible en el sector transporte

Según Aviles, (2010) en su trabajo de titulacion sobre el analisis del subsidio a combustibles en Ecuador, manifiesta:

El sector del transporte es el mas grande consumidor de energia dentro de nuestra economia, en este sector el subsidio habria alentado al desarrollo y ha llegado a incentivar las crecientes importantes de vehiculos. Al ser este sector uno de los mas representativos dentro del consumo, se lo ha contrastado tambien con el PIB gene-

rando por el mismo, en orden a establecer como esta medida económica ha ayudado a la expansión de este sector dentro de la economía. (pag. 17)

La gasolina súper costará USD 2,98 en todas las estaciones

Según el periódico El Comercio (2018). Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/gasolinassuper-alza-precio-decreto-leninmoreno.html>

El precio de la gasolina súper se unificará en todas las estaciones de servicio, tras la emisión del Decreto Ejecutivo 490, que fija en USD 2,98 el costo de este derivado.

Actualmente, el precio de este combustible varía entre USD 2,10 y 2,32, según la estación de servicio.

La diferencia se explica porque este derivado no tenía un margen de comercialización o ganancia establecido, como lo tienen el diésel, la gasolina extra y la ecopaís.

Esto permitía a los distribuidores fijar los precios de la súper en función de la oferta y la demanda, refiere Francisco Silva, presidente de la Cámara Nacional de Distribuidores de Derivados de Petróleos del Ecuador (Camddepe).

Esta medida, según la Camddepe, afecta a este sector, debido a que tendrá una utilidad menor por la venta de súper. Incluso, de los USD 0,51 se deberá pagar el 12% del impuesto al valor agregado (IVA), es decir, 6 centavos.

Además, los distribuidores trabajan con márgenes de ganancia para los otros derivados, fijados hace 15 años. “La venta de súper era nuestro salvavidas”, precisó el presidente de la Camddepe.

Iván Casanova, propietario de la gasolinera Terpel Casanova, ubicada en el sur de Guayaquil, consideró que en su caso se reducirá en 20% el margen de ganancia en la súper.

En su estación de servicio, el galón de súper cuesta USD 2,30. No precisó la utilidad que percibe por este derivado.

Sin embargo, en las terminales de despacho de Petroecuador, actualmente, el precio de venta del galón de súper es de USD 1,50 más IVA. Y a partir de este 27 agosto, este valor subirá a USD 2,20 más IVA y más el margen de comercialización. Esto suma USD 2,98.

2. Materiales y Métodos

Ingreso antes

Los ingresos de los taxistas antes del incremento del precio de los combustibles se encontraban dentro de un rango de \$500 a \$1200 mensuales, en la actualidad sus ingresos oscilan entre los \$500 a \$1100, lo cual indica que existe una disminución del 8.33% es decir \$100 en los ingresos percibidos mensualmente.

Ingresos (antes)	Número de encuestas	Porcentajes
1200	3	5,88%
1150	2	3,92%
1100	1	1,96%
950	2	3,92%
900	4	7,84%
850	3	5,88%
800	6	11,76%
750	7	13,73%
700	3	5,88%
650	4	7,84%
620	3	5,88%
600	8	15,69%
500	5	9,80%
TOTAL	51	100,00%

Tabla N°1 Ingresos de Transportistas Comerciales antes de la Subida de Combustibles.

Del 100% de los encuestados; el 90,20 %, es decir 46 taxistas de las diferentes Cooperativas mencionan que antes del incremento de los combustibles consumían alrededor de 70 a 185 galones de extra, de igual manera 7 taxistas mencionan que adquirieron para sus vehículos entre 20 a 125 galones de súper al mes; actualmente con el incremento del precio en la gasolina super el taxista se inclina por la adquisición de la gasolina extra, aumentando el consumo de 185 a 200 galones de extra al mes.

INGRESOS (DESPUÉS)	NÚMERO DE ENCUESTAS	PORCENTAJES
1100	2	3,92%
1050	3	5,88%
1000	3	5,88%
990	3	5,88%
950	5	9,80%
900	2	3,92%
830	3	5,88%
800	5	9,80%
750	5	9,80%
700	5	9,80%
650	2	3,92%
620	2	3,92%
600	4	7,84%
580	2	3,92%
500	5	9,80%
TOTAL	51	100,00%

Tabla N°2 Ingresos de Transportistas Comerciales Después de la Subida de Combustibles.

En el presente análisis se identifica que la subida de precio del combustible súper no es un determinante en la disminución de los ingresos que perciben los taxistas normalmente, ya que la tendencia de consumo en su mayoría es de combustible extra; adicionalmente se puede determinar la existencia de otros factores que influirán directamente en la reducción de los ingresos, tales como la compra de aditivos que genera el consumo de gasolina extra.

3. Resultados y Discusión

ANÁLISIS DE VARIANZA DE UN FACTOR				
RESUMEN				
Grupos	Cuenta	Suma	Promedio	Varianza
ANTES	13	10770	828,46	49530,77
DESPUÉS	13	10940	841,54	28914,10

ANÁLISIS DE VARIANZA						
Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	Grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Probabilidad	Valor crítico para F
Entre grupos	1111,54	1	1111,54	0,03	0,87	4,26
Dentro de los grupos	941338,46	24	39222,44			
Total	942450	25				

Tabla N°3 Análisis de varianza de una factor de los Transportistas comerciales.

4. Conclusiones:

Luego de realizar la investigación de campo y utilizar herramientas estadísticas los autores llegamos a la siguiente conclusión:

a. Formulación de hipótesis:

H1: El incremento de precio de la gasolina Súper disminuyó los ingresos de los transportistas comerciales a partir del alza.

H0: El incremento de precio de la gasolina Súper NO disminuyó los ingresos de los transportistas comerciales a partir del alza.

b. Nivel de Significancia

$$\alpha = 0,05$$

c. Estadístico de Prueba

Análisis de Varianza de una cola

d. Regla de Decisión

$$\alpha = 0,05 \quad F_c: 4,26$$

e. Toma de Decisión

$$P = 0,87$$

$$P < 0,05 = \text{Rechaza } H_0$$

$$p > 0,05 = \text{Aceptp } H_0$$

Se acepta la H0: El incremento de precio de la gasolina Súper NO disminuyó los ingresos de los transportistas comerciales a partir del alza.

Los autores estamos seguros de que la presente investigación será útil para consultas en temas puntuales, considerando que es un tema actual.

Queremos agradecer la participación de los estudiantes de Octavos semestre de la Escuela de Contabilidad y Auditoría de la ESPOCH.

5. Referencias

- Aviles, C. (Octubre de 2010). Analisis de los subsidios a combustibles. Quito.
- Baudillar, J. (2004). *El Sistema de los Objetos*. Argentina : Siglo xxi Editors.
- Díaz, J. (1999). *Macroeconomía Primeros Conceptos* . Barcelona: Editorial Antoni Bosch .
- Díez de Castro, E., & Días, I. (2004). *Gestión de Precios* . Madrid: ESIC Editorial.
- Economía, B. (13 de Marzo de 2011). *Economía*. Obtenido de Economía: <http://jazzitaoliva.blogspot.com/2011/03/factores-que-afectan-la-demanda-y-la.html>
- Greco, O. (2003). *Diccionario de Economía Segunda Edición* . Buenos Aires : Valletta Ediciones .
- López, A. (2015). *Diagnosis Preventiva del vehículo y mantenimiento de su dotación material*. España: Elearning S.L.
- Manso, F. (2003). *Diccionario Enciclopédico de Estrategia Empresarial*. Madrid: Días de Santos S.A .
- Márquez, M. (2005). *Combustión y Quemadores* . España: Edicion 60 de marcombo.
- Nicholson, W. (2006). *Teoría Microeconómica*. Madrid: Española.
- Pacheco, M. (25 de Agosto de 2018). *El Comercio*. Obtenido de La gasolina súper costará USD 2,98 en todas las estaciones: <https://www.elcomercio.com/actualidad/gasolinasuper-alza-precio-decreto-lenin-moreno.html>
- Parkin, M. (2014). *Economía*. México: Impresora Apolo.
- Parkin, M. (2015). *Microeconomía*. México: Apolo, S.A. de C.V. .
- Pierre, J. (1994). *El Refino del Petróleo* . Paris: Editorial Dias de Santos .
- Rodriguez, J. (2012). *Mantenimiento de sistemas auxiliares del motor de ciclo Otto*. Málaga: ic editorial.
- Rosales, J. (s.f.). *Elementos de Micro Economía*. EUNED.
- Schnaars, S. P. (1994). *Estrategias de Marketing*. New York: Diaz de Santos, S.A.
- Spencer, H. (1993). *Contemporanea, Economía*. Barcelona: Editorial Reverte.
- Sulser, R., & Pedroza, J. (2004). *Exportación Efectiva* . México: Editorial ISEF.
- Tinidad Torres, M. A. (2005). *Precio Unitario*. Cunduacán Tabasco: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

THE PROSPECTIVE OF
LEADERSHIP IN ORGANIZA-
TIONAL DEVELOPMENT IN
HIGHER EDUCATION

LA PROSPECTIVA
DEL LIDERAZGO EN
EL DESARROLLO
ORGANIZACIONAL EN LA
EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTOR: D, Vallejo¹, J, Aguilar², G, Avalos³, A, Reinoso⁴ E, Macias⁵

1. Dep: Facultad de Administración de Empresas Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
2. Facultad de Administración de Empresas Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
3. Facultad de Administración de Empresas Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
4. Departamento de Idiomas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
5. Departamento de Idiomas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

RESUMEN

Existen organizaciones que presentan dificultades en la interacción con líderes y seguidores. El ser humano es complejo y entender su comportamiento en el contexto laboral, no es sencillo como consecuencia de las diversas complejidades individuales del propio ser. Esta incógnita ha llevado a la formación prospectiva con el fin de aportar un mejor entendimiento de la realidad futura. La investigación tiene como objetivo analizar las características de líderes masculinos y femeninos desde la prospectiva, para poder entender el liderazgo en las instituciones educativas. El estudio detalla las diferencias de los líderes y como el neoliderazgo fortalece la mentalidad al cambio, basados en las estrategias de la 4 Q como son: las inteligencias múltiples, inteligencia emocional, inteligencia filosófica y la calidad. El análisis se desarrolla en la Espoch con líderes de Facultad y Directores de Unidades Académicas, para ello se aplica el modelo SCARF y entrevista Concluyendo diferencias como una mayor certeza, relaciones, empatía y comunicación del líder femenino a comparación del masculino enfocado en equidad, recompensas. Además, los líderes actúan de acuerdo a su estructura cerebral en sentimiento, emoción y razón para el cambio desde la formación prospectiva.

RESUMEN

There are organizations that have difficulties in interacting with leaders and followers. The human being is complex and understand their behavior in the workplace, it is not easy as a result of the various individual complexities of their own being. This question has led to prospective training in order to provide a better understanding of the future reality. The research aims to analyze the characteristics of male and female leaders from the perspective, to understand the leadership in educational institutions. The study details the differences of the leaders and how the neoliderazgo strengthens the mentality to the change, based on the strategies of the 4 Q like they are: the multiple intelligences, emotional intelligence, philosophical intelligence and the quality. The analysis is developed in the Espoch with Faculty leaders and Directors of Academic Units, for which the SCARF model and interview are applied. Concluding differences such as greater certainty, relationships, empathy and communication of the female leader compared to the masculine focused on equity, rewards. In addition, the leaders act according to their brain structure in feeling, emotion and reason for the change from the prospective formation

Palabras claves:

Prospectiva; liderazgo; Desarrollo Organizacional; Neurociencias; Cuatro Q;

Keywords:

Keywords: Prospective; Leadership; Organizational Development; Neurosciences; Four Q

1. Introducción

Los estudios sobre el futuro tienen una historia que se remonta al final de la Segunda Guerra Mundial, aunque pensar en el futuro ha sido una actividad central del hombre y la mujer desde principios de la civilización. Las personas se convierten realmente en humanos cuando piensan y planean el futuro. El futuro es un símbolo, mediante el cual ordenamos el presente y le damos sentido al pasado. Sin duda, las actitudes en cuanto a la concepción del futuro han cambiado a lo largo de la historia, tanto en términos de cómo la gente lo mira y de cómo los valores afectan a la prospectiva hacia el futuro (1).

A partir de los años 90 las empresas tiene dificultades, desde el liderazgo la infelicidad, la toma de decisiones, el estrés, la calidad del servicio, etc., trasladando nuevas soluciones a base de nuevas investigaciones, para crear nuevos modelos y estilos de liderazgo, es por ello que la neurociencia y sus varias disciplinas tienen un auge, introduciendo nuevos enfoques de como liderar mentes al cambio, y además desde el enfoque filosófico el ser humano es razón, emoción e intuición (3,7). Con estos aspectos la neurociencia estudia a profundidad el funcionamiento del cerebro y logra formarse herramientas nuevas como: el neuromanagement, neuroliderazgo, neurogestión entre otras.

La educación está en el futuro. Y no hay futuro sin formación prospectiva. Y no hay formación prospectiva sin liderazgo sos-

tenido. Autores manifiestan que somos producto y proyecto. (2) Producto de un pasado que no podemos negar y proyecto de un futuro que podemos construir. Y precisamente para el futuro es para lo que nos educamos, los conocimientos nos deben servir para llegar a un futuro deseado. Más aún, la complejidad de los nuevos problemas, la vertiginosidad de los cambios, la crisis educativa y la dinámica de la sociedad nos llevan a futuros más deseables con un verdadero liderazgo.

Por tanto la dinámica de la prospectiva consiste en cómo educar al futuro en la formación de líderes y a su vez cómo ejercer liderazgo, esto radica en la reflexión y la práctica para fomentar un liderazgo con una nueva mentalidad al cambio, este es un tema necesario para brindarle seriedad y estructura conceptual y metodológica profunda a esta disciplina. Es un reto abordar la discusión, puesto que éste es un momento histórico propicio, en la medida en que la humanidad requiere pensamiento de largo plazo y soluciones innovadoras para afrontar con éxito la problemática dentro del desarrollo organizacional para la transformación de las estructuras productivas con base en el conocimiento, la convivencia multicultural, entre otros.

Hoy en día en el mundo contemporáneo existe un amplio consenso acerca de la necesidad de las organizaciones de contar con sistemas de anticipación (anticipatory systems) que permitan desarrollar la capacidad de enfrentar los cambios globales

presentes y futuros, esperados e inesperados. Fundamentalmente se requiere evitar la baja calidad de la imaginación de las instituciones para responder a los desafíos estructurales y a la presencia de situaciones, aunque poco probables, de alto impacto para la sociedad (3).

En términos generales, la prospectiva encierra en sí misma una contradicción, puesto que, como apunta Jordi Sierra (1992), es: La ciencia que estudia el futuro para comprenderlo y poderlo influir. Aunque de hecho es, paradójicamente, una ciencia sin objeto que se mueve entre la necesidad de predecir lo que puede ocurrir y el deseo de inventar el mejor futuro posible. Porque aunque el devenir no puede predecirse con exactitud, si podemos imaginar nuestro mañana preferido

«La Prospectiva sostiene una visión holística en lugar de parcial y desintegrada: además de aspectos cuantitativos, considera aquellos de naturaleza cualitativa, permitiendo así una apreciación más completa; sus relaciones son más dinámicas y están basadas en estructuras evolutivas y no fijas o estáticas; su futuro es múltiple e incierto; lo más importante: su actitud hacia el futuro es activa y creativa y no pasiva o sencillamente adaptativa. (4)

Entonces el liderazgo en las organizaciones empresariales, es un aspecto clave en el desarrollo de las economías y sociedades del siglo XXI. Los directivos y funcionarios que intervienen en las organizaciones tienen que ser capaces de evaluar los

aspectos sociales, políticos, económicos, legales, interculturales, innovación y tecnología con prospectiva al desarrollo organizacional. Para ello es importante hablar de liderazgo y paralelamente la calidad, desde el enfoque de las cuatro Q. (5)

Desde la nueva perspectiva del liderazgo con el neuroliderazgo en la dirección empresarial, entra en debate el liderazgo masculino y femenino y cuáles son las características de acuerdo a su estructura cerebral, por tanto es importante analizar varios aspectos desde lo siguiente MQ (inteligencias múltiples), basadas en las teorías de Howard Gardner: conciencia emergente o entendimiento de alto valor, EQ (inteligencia emocional), se basa en las teorías de David Goleman: conciencia de las emociones, somos razón y emoción. Manejar las emociones le dan un profundo significado a la vida y las relaciones con los demás, SQ (inteligencia espiritual), basadas en las Teorías de Danah Zorah: Conciencia Espiritual. Enfoque en los valores universales. La solidaridad, la comunicación, el apoyo mutuo la tolerancia, la equidad, la integridad, el liderazgo, la participación activa en equipo TQ (calidad total), comprende todas las fases del proceso como forma de ser y sobretodo sea sostenible (6).

El neuroliderazgo (futuro deseable), está relacionado con la comprensión del funcionamiento del cerebro y tiene como fin definir y comprender la base neuronal del líder,

estudiando los procesos cerebrales para entender el desempeño de la persona, la forma de relacionarse manejar el equipo de trabajo (7) por tanto debe enfocarse a las capacidades del cerebro humano, analizando factores intelectuales y emocionales para la gestión y toma de decisión para mejorar el clima organizacional.

Las investigaciones y descubrimientos realizados en el campo del liderazgo, han surgido nuevos estilos o enfoques de aplicación en las organizaciones; tal es el caso del liderazgo e innovación, que se define como la aplicación de la neurociencia a la gestión empresarial. Se trata de una disciplina centrada en explorar los procesos neurofisiológicos involucrados en la toma de decisiones, desarrollar las inteligencias múltiples a nivel personal y organizacional, fomentar en los ejecutivos la capacidad de visión de negocios y desarrollar las competencias de los profesionales, desde el enfoque del liderazgo se puede citar que el *neuliderazgo*, consiste en dar una nueva perspectiva que es liderar mentes no personas hacia el cambio y la innovación.

El líder juega un rol importante para el desarrollo organizacional, por eso se comenta el clima laboral está dado por la subjetividad de los colaboradores y esta percepción están relacionadas con el liderazgo que se maneje en las organizaciones (8) por eso es importante determinar de acuerdo a la neurociencia y sus aplicaciones.

En este sentido, el presente documento

pretende responder a la pregunta sobre cuáles son los aportes de la prospectiva, la neurociencia al liderazgo desde comienzos del siglo XX. Para ello, el trabajo realiza una revisión de la literatura académica acerca de los principales hallazgos, y de qué manera están siendo aplicados al campo del liderazgo, específicamente en las competencias organizacionales. La revisión de la literatura se realizó utilizando como técnica el estudio bibliométrico, desde un nivel descriptivo, con el propósito de efectuar una aproximación a los antecedentes de las neurociencias, dar cuenta del estado actual del debate y establecer su relación con el liderazgo (9).

La investigación, tiene como objetivo analizar las características de líderes masculinos y femeninos desde la prospectiva, para poder entender el liderazgo en las instituciones educativas.

2. Materiales y métodos

El siguiente diseño metodológico se realiza con el propósito de dar una propuesta de diseño con herramientas de neurociencia para contextualizar la forma como se puede llevar a cabo, y poder dar un análisis más profundo de la investigación desde puntos de vista neurocientíficos y de determinar las características de líderes hombres y mujeres que se relaciona con la prospectiva del liderazgo.

La metodología utilizada para la elaboración del artículo es de enfoque cuantitativo y cualitativo, apoyados en el estudio expli-

cativo y correlacional con estrecha relación a los estudios investigativos como: tipo documental, basada en la revisión bibliográfica de artículos arbitrados, textos impresos y digitales, referencias de artículos publicados y recuperadas de Internet, sobre la prospectiva, el neuroliderazgo como herramienta estratégica para el nivel liderazgo transformacional.

Con la revisión literaria se puede definir que los procesos a al tratarse de una investigación de Neuroleadership, llevando a cabo entrevistas panel de expertos dirigido a los colaboradores y líderes de la organización mientras se utilizan las herramientas de neurociencias y complementarlo con la aplicación de encuestas SCARF.

En referencia a la población y muestra objetivo de estudio: En ella se pretende delimitar y dar las características pertinentes a la población objetivo, describiendo a los líderes y directores de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo con cuarenta líderes entre decanos y subdecanos de las diferentes facultades y directores de las unidades académicas. Para el liderazgo se aplicó el instrumento de entrevista llamado SCARF. Este cuestionario se centra en la forma de ser del liderazgo en su estatus, relaciones, equidad, autonomía y certeza. Además se maneja el enfoque de las cuatro Q.

3. Resultados y discusión

Análisis cuantitativo y cualitativo del liderazgo.

El análisis se llevó a cabo por medio del cuestionario del Instituto de NeuroLeadership y la entrevista basada en el modelo SCARF. En el cual el Instituto hace la observación que ninguna respuesta es buena o malo y tiene como fin mostrar que dominio tiene predominación en el líder a la hora de relacionarse con su entorno o el que tiene menor interés.

Después se realiza la correspondiente entrevista con cada líder de facultad aunque también en el momento del cuestionario de los trabajadores también se conversó y observo para poder realizar un mejor análisis del entorno organizacional y en especial de los líderes. A continuación se hace la respectiva síntesis del cuestionario junto a la entrevista en cada dominio.

Líder Femenino: Tiene el puntaje más alto, pues le gusta planear las cosas y no tener cambios a última hora. Es una persona organizada y lista para los problemas. No le gusta que cambien las cosas sin avisar y sin tener un motivo justificado. Prefiere planificar y dirigirlas.

Certeza en el Líder Masculino

Es el puntaje más alto junto al dominio de equidad porque le gusta llevar una metodología en la empresa, planificar, dirigir y controlar. Pero en ocasiones es consciente que debe evaluar otras opciones preguntando a personas que tengan el conocimiento.

Autonomía en el Líder Femenino. Le gusta tener la última palabra y no le gusta que le digan que hacer o cómo hacerlo. Le gusta escuchar y pedir la opinión de los demás pero al final el que toma la decisión.

Autonomía en el Líder Masculino. El tiende a planificar y organizar su trabajo, se siente capaz de realizarlo sin consultar a alguien al menos que vea la necesidad de hacerlo. Porque si lo necesita no le cuesta pedir ayuda.

Relaciones en el Líder Femenino. Le importa mucho las relaciones y tiene en cuenta a cada persona. Además de ser una persona social y por ende le es fácil entablar una relación y conectar con los demás.

Relaciones en el Líder masculino Puntúa como tercer dominio en el cuestionario por lo que no le es tan importante relacionarse con los demás.

Equidad en el Líder Femenino. No presenta alta equidad pero puede cambiarlo involucrándose en cosas comunitarias o en el momento de tomar decisiones o resolver problemas.

Equidad en el Líder Femenino Es el otro dominio que puntúa más alto esto quiere decir que le importa mucho la justicia, no le gustan los engaños o mentiras y que la gente debe tener igualdad de condiciones sin preferencias. Y si algo no le parece junto lo habla en su momento y lo comenta porque siempre busca la equidad en las cosas.



Fig. 1: Resultados modelo SCARF
Elaborado por: Autores

Al realizar las entrevistas en ambos líderes se denota una amplia diferencia en la forma de decir y actuar por ejemplo en el líder femenino se observó estar relajada, para responder tanto la entrevista como el cuestionario no se demoraba en analizar, sino lo que primero venía a su mente lo comentaba, además iba respondiendo preguntas

pero recordaba una idea para complementar una pregunta anterior y lo mencionaba. Y daba de referencias anécdotas vividas en la empresa a diferencia del líder masculino que se demoraba en responder y pensaba algunos minutos antes de dar una respuesta por lo que estas eran más estructuradas y parafraseadas en ocasiones

se paraba a caminar y pensativo buscaba la respuesta a la entrevista y se notaba un poco inquieto.

También al comparar entre los dos líderes se denotan grandes diferencias como se observa en la Figura 2 donde el líder femenino tiene un alto nivel de certeza, para tener un empate en el puntaje entre autonomía y relaciones mientras que el líder masculino tiende a estar emparejado entre

certeza y equidad, y menor puntaje autonomía y relaciones. Aunque ambos tienen 21,4% en autonomía y relaciones la gran diferencia está entre equidad y estatus. Equidad demuestra más puntaje el líder masculino mientras que en estatus presenta mayor puntaje el líder femenino.

En el aspecto de las cuatro Q el líder manifiesta dentro de las inteligencias múltiples tenemos lo siguiente:



Fig. 2 Tipos de inteligencia aplicadas en el liderazgo
Fuente: Gardner, H (1995)

1. La inteligencia lógica-matemática, permitirá al líder utilizar el pensamiento organizado para entender la causa y el efecto de un problema, relaciones entre acciones, objetos e ideas, así como la habilidad para realizar operaciones matemáticas y financieras.
2. La inteligencia lingüística-verbal permitirá al líder socializar el conocimiento generado en el proceso organizacional y por tanto debe tener las habilidades y competencias en el uso de un lenguaje efectivo, tanto escrito como oral. Habilidad para entender significados complejos.
3. La inteligencia emocional (Goleman, 1999) la agrupa en dos tipos de inteligencia:
 - 3.1 Inteligencia interpersonal permite al líder relacionarse y entender a otras personas. Reconocer las diferencias entre sus pares, apreciar y respetar sus perspectivas. Interactuar con una o más personas. Tomar el liderazgo entre otras personas para resolver problemas, influenciar decisiones.

- 3.2 Inteligencia intrapersonal es importante para el crecimiento de los investigadores ya que le permite entenderse así mismo. Le permite estar consciente de sus fortalezas y debilidades para alcanzar sus metas en la vida.
- 4. La inteligencia corporal-kinestésica le permitirá al líder usar todo el cuerpo en la expresión de ideas y sentimientos, facilitando el uso de las manos para transformar elementos y transmitir el conocimiento.
- 5. La inteligencia espacial le proporciona al líder la capacidad de pensar en tres dimensiones. Permite percibir imágenes externas e internas, recrearlas, transformarlas o modificarlas.
- 6. La inteligencia musical, quizás resulta un poco extraño la importancia del

desarrollo de esta inteligencia para un investigador o cualquier profesional, esto radica en que a través de ella le permitirá expresar emociones y sentimientos generados por la música. También genera el desarrollo de la creatividad y la sensibilidad, así como la concentración y la tranquilidad espiritual para el buen desarrollo del líder carismático y transformacional.

Al respecto de la inteligencia emocional

El estudio de las organizaciones y de sus directivos ha sido siempre una incógnita para los analistas del liderazgo y de la inteligencia emocional en dependencia de la cultura organizacional imperante. El objetivo de este trabajo fue diagnosticar en cuanto al estilo de liderazgo utilizando la Ventana del Líder y su vínculo con la inteligencia emocional.

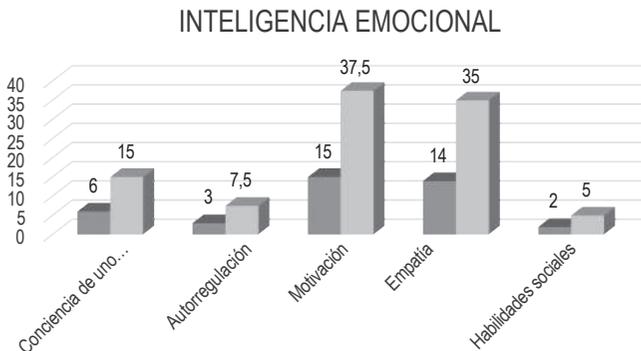


Fig. 1: Resultados modelo SCARF
Elaborado por: Autores

Los resultados sugieren que el área de inteligencia emocional más desarrollada por los directivos del sector público y que

recibió el mayor puntaje es el uso de las emociones. Esta área está definida como la habilidad que tienen las personas para

hacer uso de sus propias emociones al direccionarlas hacia actividades constructivas y desempeño personal. Esto significa que los directivos del sector financiero colombiano saben hacer uso de sus propias emociones para aumentar su desempeño tanto laboral como personal.

El área de la inteligencia emocional que recibió el segundo puntaje más alto fue la valoración de las propias emociones, que se refiere a la habilidad de cada persona de entender sus emociones más profundas y expresarlas de manera natural. Esto quiere decir, que los directivos del sector público de la provincia entienden y valoran sus propias emociones, lo que hace sentido con el área que recibió el mayor puntaje. Este puntaje indica que los directivos y medios tienen aún espacio para mejorar.

Las últimas dos áreas que tienen puntaje similar, son las áreas de regulación de las emociones y valoración y reconocimiento de las emociones de otros. La primera de ellas se refiere a la habilidad de las perso-

nas de regular sus emociones, lo que les faculta a recobrar más rápidamente de los altibajos emocionales y de la angustia; y la segunda, tienen que ver con la habilidad que tienen los individuos de percibir y entender las emociones de las personas a su alrededor.

Los directivos del sector pueden mejorar en la regulación de sus emociones y así recobrar más rápido de los altibajos emocionales y confrontar el estrés de una manera más efectiva. Adicionalmente, el área de la valoración y reconocimiento de las emociones de otros les faculta para relacionarse mejor y en esta área el potencial de crecimiento es muy alto.

Inteligencia espiritual

En referencia a la inteligencia espiritual, los seres humanos buscamos dotar de realidad de significado. La describen como la capacidad de reformular y recontextualizar la experiencia y, por ende, se determina en lo siguiente:



Fig. 1: Resultados modelo SCARF
Elaborado por: Autores

Cuando la inteligencia espiritual es analizada científicamente, como cualquier otro aspecto de la realidad. Así pues, como fenómeno que posee un correlato mental, tanto cognitivo como emocional, la neurociencia puede acercarse al estudio del fenómeno espiritual, desde el convencimiento de que toda experiencia humana, como tal, también ha de ser regida por el cerebro.

Es interesante destacar que, a su vez, la práctica repetida de actividades como la comunicación y el apoyo mutuo, ayuda fundamentalmente a optimizar la gestión para la consecución de objetivos, para ello la espiritualidad en Dios a través de la oración origina cambios significativos en la integridad y equidad. Que son factores muy importantes en la prospectiva de liderazgo, entonces en síntesis hay que educar al futuro aplicado en las estrategias cuatro Q.

4. Conclusiones

La prospectiva del liderazgo está fundamentada en las visiones y conceptualizaciones colectivas de cuatro actores sociales, que intervienen directamente en el desarrollo de una organización. El futuro de las empresas debe ser construido con fundamento en la gestión del conocimiento organizacional y en el uso sistemático de la metodología prospectiva hacia un liderazgo transformacional y carismático, donde los líderes tanto masculinos femeninos de acuerdo a su estructura cerebral sean sentimiento, emoción y razón para el cambio en efecto los líderes en referencia al estatus consideran muy importante el respeto, en certeza se refiere la necesidad de predecir el futuro. La autonomía se re-

fiere a la necesidad del cerebro de tener la posibilidad de elegir lo que hacer y lo que no hacer (al menos en cierta medida) y sentir que tiene el control sobre el ambiente y las circunstancias. La relación se refiere a nuestra necesidad de sentirnos seguros con otras personas y sentir que formamos parte de un grupo. Cuando una persona piensa que algo es injusto, su cerebro reacciona de forma automática con una respuesta de rechazo y entra en una postura defensiva. Por otro lado, cuando sentimos que nos tratan con equidad, nos comprometemos más con lo que hacemos. Por tanto se hace necesario potenciar las distintas inteligencias en los líderes para mejorar y optimizar los procesos de impulso organizacional, desarrollando competencias: para observar, indagar, contrastar, aplicar instrumentos, crear, argumentar, mediar, hacer inferencias, ser congruente con su teoría explícita y en uso, comunicar adecuadamente sus conocimientos, respeto por la diversidad, una elevada ética que le permite actuar bajo las normas de calidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Masini, E. (2014). Repensar los estudios de futuro. In Cardozo L., Valencia M., Abadía H., Vásquez J., & Guerrero A. (Eds.), *Construyendo la calidad en los ejercicios de prospectiva y vigilancia tecnológica* (pp. 27-44).
2. Vásquez, J., & Cardozo, L. (2014). ¿POR QUÉ MEJORAR LA CALIDAD EN LA PROSPECTIVA? In Cardozo L., Valencia M., Abadía H., Vásquez J., & Guerrero A. (Eds.), *Construyendo la calidad en los ejercicios de prospec-*

- tiva y vigilancia tecnológica* (pp. 45-82). Colombia: Universidad del Valle. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/j.ctt1rfsr3g.7>
3. Vásquez, Javier Medina, and Leonel Leal Cardozo. "¿POR QUÉ MEJORAR LA CALIDAD EN LA PROSPECTIVA?" *Construyendo La Calidad En Los Ejercicios De Prospectiva y Vigilancia Tecnológica*, Cuadrado (2003)
 4. Miklos, T & Tello, E. (2007). *Planeación Prospectiva*. Editorial Limusa. México
 5. Cardozo, L. et al (2013) *Construyendo la calidad en los ejercicios de prospectiva y vigilancia Tecnológica*. Editorial Programa
 6. Cardozo, L. et al (2013) *Construyendo la calidad en los ejercicios de prospectiva y vigilancia Tecnológica*. Editorial Programa
 7. Braidot, N (2014) *Neuromanagement* Buenos Aires Editorial Granica
 8. Serrano, B. y Portalanza A. (2014). *Influencia del liderazgo sobre el clima organizacional*. Fundación Universitaria Konral Lorenz. Elsevier España.
 9. Godoy, R. & Bresó, E., « ¿Es el liderazgo transformacional determinante en la motivación intrínseca de los seguidores? *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones* 2013. vol. 29, no. 2.
 10. Goleman, D., *La inteligencia Emocional en la Practica* Barcelona, Editorial Kairós, 1998,
 11. Goleman, D. (1998). *La inteligencia emocional en la empresa*. Planeta
 12. Jem Wong, F. (2008). *Nuevos esquemas: nueva educación. Las inteligencias múltiples en el aula*. Disponible en: <http://www.mundoprosa.com/foro/showthread.php?p=47818>
 13. Luca, Silvia (2000). *El Docente y las Inteligencias Múltiples*. Docente Escuela rural, Argentina. Disponible en: <http://www.rieoei.org/deloslectores/616Luca.PDF>.
 14. Beauregard, M. y O'Leary, D. (2007). *The Spiritual Brain: A Neuroscientist's Case for the Existence of the Soul*, San Francisco, CA: Harper One.
 15. González Ramella, G. y Varela, D. (2002). *Espiritualidad y autotrascendencia*. Explorando esta dimensión de la Personalidad con el TCI de C.R. Cloninger. *Psiquiatría. Com*, 6 (2).
 16. Guilford. J.P. (1977). *La naturaleza de la inteligencia humana*. Buenos Aires, Paidós.
 17. Lezak, M. D., Howieson, D.B., Loring D.W. (2004). *Neuropsychological assessment*. Nueva York: Oxford University Press
 18. Mayer, J. D., Caruso, D. R. & Salovey, P. (2000). *Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence*. *Intelligence*,
 19. Mendoza M. R., & Ortiz, C. (2006). *El liderazgo transformacional, dimensiones e impacto en la cultura organizacional y eficacia de las empresas*". En *Revista Facultad de Ciencias Económicas*.
 20. Nader, M., & Castro solano, A. (2007), *Influence of Values on Leadership: An analysis according to Bass' Transformational-Transactional Leadership Model*. En *Universitas Psychologica*.
 21. Prieto Sánchez, M (1989). *La modificabilidad estructural cognitiva y el Pro-*

- grama de Enriquecimiento Instrumental de R. Feuerstein. Madrid Editorial Bruño.
22. Ryback, D. (1998). Trabajo con su Inteligencia, los factores Emocionales al servicio de la Gestión Empresarial y el Liderazgo Efectivo. Editorial EDAF, S.A. España.
 23. Salovey y Mayer (1990). Inteligencia emocional. México. Editorial Me. Graw Hill
 24. Sherman, A. W. y BoWander G. W. (1994). Administración de los Recursos Humanos. Grupo Editorial Iberoamérica.
 25. Uzcatogui, L. (1998). El Manual de la Inteligencia Emocional, Emociones Inteligentes: Como se puede se triunfador. Venezuela. Editorial Lithopolar Graficas.
 26. Valls, A. (1997). Inteligencia Emocional en la Empresa. España. Editorial Gestión 2000.
 27. Guilford. J.P. (1977). La naturaleza de la inteligencia humana. Buenos Aires, Paidós.
 28. Lezak, M. D., Howieson, D.B., Loring D.W. (2004). Neuropsychological assessment. Nueva York: Oxford University Press
 29. Mayer, J. D., Caruso, D. R. & Salovey, P. (2000). Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence. *Intelligence*,
 30. Mendoza M. R., & Ortiz, C. (2006). El liderazgo transformacional, dimensiones e impacto en la cultura organizacional y eficacia de las empresas". En Revista Facultad de Ciencias Económicas.
 31. Nader, M., & Castro solano, A. (2007), Influence of Values on Leadership: An analysis according to Bass' Transformational-Transactional Leadership Model. En *Universitas Psychologica*.
 32. Zohar, D (2000) *Spiritual Intelligence: The ultimate intelligence*. London:- Bloomsbury

*Gamification in
Moodle as an aid to
learning*

La Gamificación en Moodle como ayuda al aprendizaje

AUTOR: A. R. Cobos Reina (1)* Y. E. Ledesma Silva (2)

1. Carrera de Ciencias Policiales y Seguridad Ciudadana, Facultad de Jurisprudencia, Universidad Central del Ecuador.

2. Carrera de Contabilidad y Auditoría, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Central del Ecuador

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo destacar la importancia que tiene la gamificación aprovechando la potencialidad de Moodle para fortalecer el conocimiento e incrementar la motivación del estudiante facilitando el proceso de enseñanza-aprendizaje. La metodología utilizada consiste en una investigación de tipo descriptiva que analiza tres casos de diferentes autores quienes han aplicado la técnica de la gamificación usando Moodle, con el propósito de verificar los beneficios que aporta la gamificación en el aula. Además, la gamificación se basa en la Teoría de Juegos y en las técnicas de diseño de juegos en el contexto de no juegos. La plataforma Moodle permite diseñar ambientes personalizados para los diferentes cursos académicos. Las características más importantes de la gamificación incluyen el aprendizaje a través del uso de insignias, seguimiento del progreso de los alumnos, cuestionarios, actividades condicionales, entre otras. Entre los principales resultados se obtuvo que la gamificación facilitó que los estudiantes mejoraran tanto en su desarrollo formativo como en el proceso de aprendizaje; y, los retos indicados en cada una de las actividades fue el componente que más atención y motivación dio a los estudiantes. En conclusión, la gamificación es más ventajosa frente a los métodos de enseñanza tradicionales.

RESUMEN

The objective of this article is to highlight the importance of gamification, taking advantage of the potential of Moodle to strengthen knowledge and increase student motivation by facilitating the teaching-learning process. The methodology used consists of a descriptive research that analyzes three cases of different authors who have applied the gamification technique using Moodle, with the aim of verifying the benefits that gamification brings in the classroom. In addition, gamification is based on the Game Theory and game design techniques in the context of non-games. The Moodle platform allows to design personalized environments for the different academic courses. The most important features of the gamification include learning by using badges, monitoring the progress of students, the use of questionnaires, conditional activities, among others. Among the main results, it was obtained that the gamification facilitated that the students improved not only in their formative development but also in the learning process; and, the challenges indicated in each activity was the component that gave more attention and motivation to the students. In conclusion, gamification is more advantageous compared to traditional teaching methods.

Palabras claves:

Aprendizaje, Gamificación, Moodle.

Keywords:

Gamification, Learning, Moodle.

1.Introducción

Este artículo inicia con una pregunta: ¿Cómo mejorar los métodos de aprendizaje y lograr una mejor concentración, motivación y dedicación por parte del estudiante? La hipótesis del presente estudio, y que responde esta pregunta, está en la aplicación de los juegos durante el proceso de aprendizaje, de tal manera que incide en una mayor concentración y gusto por la asignatura.

Empecemos analizando que cuando éramos niños aprendíamos jugando muchas de las actividades que aplicamos en nuestra vida diaria, tal es el ejemplo de juegos tradicionales como la gallina ciega, en el cual utilizábamos el trabajo en equipo y la confianza que se debe tener en cada uno de los miembros. Con esto hemos adquirido no solo conocimiento, sino también un conjunto de habilidades para resolver problemas, ser colaborativos y comunicativos. Así podríamos pasarnos días enteros indicando los aprendizajes a través de los juegos. En realidad, todos los mamíferos utilizan al juego como una práctica de aprendizaje continuo. Como lo expresa [1], el conquistar las metas refuerza la voluntad por lograr los objetivos haciendo que las tareas sean más fáciles y se disfruta al hacerlo.

No resulta raro que el juego se aplique en el ámbito educativo como una de las propuestas que ayuden a transformar la forma de aprender. Según [2] indica que el juego aporta mucho, por una parte permite que

los alumnos puedan acceder al aprendizaje con muchas ganas y por otra como se puede transformar el aprendizaje a través del uso de nuevas metodologías que resulten atractivas para el alumno.

Según [3], una de las características de aplicar los juegos en el aprendizaje es el “learning by doing” (Aprender Haciendo), debido a que dispone de una serie de factores que facilitan el aprendizaje tanto de contenidos como de valores. Además, se aplican estrategias que permiten lograr los objetivos buscados y obtener insignias o badges por el cumplimiento de una meta. Adicionalmente, se crea una tolerancia a las diferentes frustraciones, a la vez que se generan ciertas competencias que fortalecen el aprendizaje, tales como la probabilidad, rapidez, observación, intuición, la toma de riesgos y de decisiones.

Una de las formas de lograr un aprendizaje significativo en un entorno educativo es utilizando la gamificación, en razón que permite experiencias muy interesantes al usar ciertos elementos de los juegos. Lo que se busca es que todo lo aprendido no se quede sólo en un aprendizaje, sino que la experiencia adquirida sea válida y recordada. Una de las herramientas utilizadas para poder aplicar la gamificación es Moodle.

“Existen prácticas docentes que estimulan una mayor participación de los estudiantes, dando lugar a un trabajo motivador que estimula el pensamiento creativo e innovador, que potencia su autonomía y facilite el aprendizaje de competencias

transversales y profesionales” [4].

Según [5] indica que la gamificación es usar los principios y elementos de los juegos en aquellos contextos que no son juegos. La gamificación no es otra cosa que el uso de las mecánicas, pensamiento y técnicas de los juegos en el contexto de los no juegos. Con esto se logra motivar al estudiante a participar en el juego, incentivándole a ganar [6] y por ello obtener una serie de insignias, premios y recompensas de acuerdo al cumplimiento de su actividad o tarea. De acuerdo a [7] el concepto de gamificación se completa cuando se pretende incorporar a la educación ciertas características propias de los videojuegos que impulsan a los jugadores a seguir jugando, en este caso a los estudiantes quienes adquieren el deseo de aprender y a ser persistentes hasta lograr el aprendizaje deseado. La gamificación aprovecha al máximo el diseño de juegos, técnicas de desarrollo rápido de aplicaciones web, comprensión de sistemas complejos, deducción de reglas y patrones, manejar la incertidumbre y permitir el error [8].

Por otro lado, [9] afirma que la gamificación permite el desarrollo de herramientas que ayuden a un mejor aprendizaje de los alumnos mediante una solución motivadora. Al ser analizada como instrumento educativo, la estrategia que se aplica es la de promover la educación entre las personas logrando un cambio en su comportamiento. De lo expuesto se puede deducir que la gamificación es una gran ayuda en cual-

quier espacio académico que se la aplique.

Actualmente la humanidad [10] se encuentra en una era tecnológica de continuos cambios, donde el acceso a la información es ilimitada, lo que les permite adquirir nuevos conocimientos, pero si los mismos no le ayudan a mejorar su experiencia, el resultado final es aburrimiento y abandono para seguir aprendiendo. Es así como hemos considerado utilizar el Moodle como una de las herramientas en las cuales se puede aplicar la gamificación y mejorar el aprendizaje de nuestros estudiantes.

El objetivo de este artículo es verificar las bondades y ventajas que presenta la gamificación como una herramienta para fortalecer el aprendizaje del estudiante. Los objetivos secundarios serán los de potenciar el uso de los diferentes recursos que presenta Moodle y aplicar diferentes métodos y técnicas de calificación en las diferentes actividades y tareas.

Este artículo pretende concienciar a los estudiantes en el cambio de actitud en el estudio de las diferentes asignaturas que reciban mediante el uso de dinámicas y mecánicas de juegos utilizadas en entornos virtuales de aprendizaje, con el fin de lograr un mayor tiempo de dedicación de cada materia.

2. Materiales y Métodos

El método utilizado es el análisis de tres casos de estudio que aplicaron la gamificación: El primer caso es el realizado por [24] en el ámbito universitario, el segundo es

el de [25] de la Universidad Técnica Particular de Loja y el tercero es el de [11] de la Universidad Central del Ecuador. Estos casos se analizarán en la siguiente sección de Resultados y Discusión. Por otro lado, la gamificación se basa en la Teoría de Juegos y en las técnicas de diseño de juegos en el contexto de no juegos.

De acuerdo a [11] si se analiza el proceso de aprendizaje dentro del aula, el mismo puede resultar monótono y aburrido aplicando el método tradicional, la gamificación podría convertirse en la solución práctica a este problema, mediante la participación activa de los estudiantes, logrando un trabajo en equipo y consiguien-

do una participación activa entre todos y adquiriendo confianza entre cada uno de los miembros, lo que ayudaría a convertir procesos difíciles en algo fácil de resolver.

Entre los aspectos positivos de la gamificación se pueden señalar los siguientes 4: 1) al motivacional el cual impulsa y estimula al estudiante a la acción; 2) el cognitivo que ayuda en la mejora de la atención y en el tiempo de reacción; 3) el social es aquel que traslada las habilidades sociales aprendidas fuera del entorno lúdico y 4) el emocional es el que favorece la regulación de las emociones y las conductas positivas.

4 aspectos positivos de la Gamificación para los estudiantes

Diversas investigaciones están analizando el impacto positivo de la gamificación en la educación



Fig. 1. Aspectos Positivos de la Gamificación. [12]

Las Insignias, también conocidas como badges, son una de las formas de recompensar e incentivar al estudiante, logrando que el jugador sepa que existen determinadas metas a ser cumplidas, las mismas que irán mostrando el progreso o avance del

curso. Estos incentivos podrán ser visualizados por otros jugadores del curso, lo que origina que se motive mucho más para llegar a ser el mejor y el primero en completar las metas o actividades propuestas y obtener un mayor reconocimiento. Todo

el trabajo o esfuerzo realizado puede ser recompensado a través de una Insignia, la misma que es entregada en base a una serie de criterios elegidos de acuerdo a la necesidad.

Según lo expresado por [13] en su cono, el mayor aprendizaje se logra con un usuario activo, el mismo que capta las cosas, pero haciendo y participando. Dicho análisis se observa en el siguiente gráfico:



Fig. 2. El cono de aprendizaje de Dale: aprendemos haciendo, adaptado por [14]

De acuerdo a [15] la conjunción de la gamificación con un LMS (Learning Management System) dentro del aula, ayuda a mejorar el número de aprobados, sino que también aumenta la motivación hacia el estudio. Esta es una de las razones por las cuales hemos considerado el uso de Moodle en el cual se aplicará la gamificación en cada una de las materias impartidas en los diferentes niveles, logrando una mejora académica y una interacción entre el docente y los estudiantes.

2.1 Plataformas educativas virtuales

Actualmente muchas universidades utilizan diversas plataformas educativas virtuales,

las mismas son usadas para mejorar el aprendizaje de sus estudiantes. Es un software instalado en un servidor o hosting, desde donde se permite gestionar el aprendizaje. Las plataformas educativas deben cumplir con ciertas características tales como interactividad, escalabilidad, usabilidad, funcionalidad, entre las principales; siendo gratuitas, pagadas o en la nube.

[16] define que se necesitan tres criterios, que deben ser aplicados en el aprendizaje online:

1. Debe ser producido en la red, en virtud que por este medio puede tener la información actualizada, distribuirla de

manera inmediata y almacenarla sin ninguna dificultad.

2. El receptor reciba la información utilizando como medio las herramientas tecnológicas, tales como el internet.
3. Hay que romper los paradigmas tradicionales del aprendizaje, con una visión innovadora que permita mejorar los procesos de enseñanza - aprendizaje.

La plataforma e-learning es una aplicación web que integra un conjunto de herramientas que apoyan a la enseñanza-aprendizaje en línea o no presencial, donde [17] lo supone como un modelo pedagógico en el que el alumno debe adquirir mayor responsabilidad en la educación; también puede ser utilizada de manera mixta o conocida como b-Learning, donde se combina la enseñanza adquirida en la sala de clase con la enseñanza a través de internet.

Uno de los LCMS (Learning Content Management Systems) más utilizados es Moodle, la cual es una plataforma e-learning de código abierto; el mismo se encuentra instalado en la mayoría de servidores web, a tal punto que cuando se contrata un alojamiento, su instalación es rápida y sencilla.

Al gamificar un curso en Moodle, según [18] indica que al finalizar el mismo, el participante obtiene los siguientes resultados:

1. Se involucra en situaciones complejas.
2. Mejora en la toma de decisiones.
3. Se ha equivocado durante el desarrollo del curso.
4. Aprende a resolver una serie de problemas en diversas circunstancias.

En general, [19] sostiene que al aplicar la

gamificación, el estudiante aprende haciendo y equivocándose. Esto le permite lograr un mejor aprendizaje y adquirir las competencias necesarias en el curso.

Para tener éxito en un curso gamificado es importante tomar en cuenta los siguientes aspectos, los mismos que han sido considerados en las materias que utilizan la gamificación:

1. El diseño utilizado en el aula debe ser amigable para el estudiante.
2. La implementación del aula virtual, junto con la gamificación es de suma importancia.
3. El seguimiento por parte del docente, así como la participación activa del estudiante es de suma importancia para la obtención de buenos resultados del curso.

2.2 Cómo gamificar un aula

Lo primero que debe hacer un docente es plantearse un conjunto de preguntas que permitirán dar respuesta a algún tipo de necesidad que permita cumplir con los objetivos propuestos. Pero lo importante es que siempre exista la correlación docente-estudiante y estudiante-estudiante.

2.2.1 ¿Cuál es la necesidad que se desea cumplir?

[20] indica que se deben definir cuáles serán los conocimientos que se desea que los estudiantes adquieran. Esto se logra con motivación o por medio de la búsqueda de propuestas de solución por parte de los estudiantes.

2.2.2 ¿Lograr que el aprendizaje sea un juego?

Definir el tipo de actividades que se deben llevar en el aula direccionadas a técnicas de juego que sean divertidas y similares a algún tipo de juego tradicional.

2.2.3 ¿Determinar los diferentes retos?

De manera clara se debe indicar al estudiante cuál es el reto que se debe cumplir, definiendo una relación entre las reglas del juego y las diferentes tareas a ser cumplidas. Para ello se deben generar diferentes dinámicas que harán que el aprendizaje sea mucho más divertido y motivador. Los mismos deben cada vez tener un nivel de dificultad creciente conforme el aprendizaje vaya avanzando, de esta manera el estudiante tendrá en su mente el concepto de reto-superación.

2.2.4 ¿Indicar las diferentes reglas del juego?

El alumno debe conocer de manera clara y

sencilla las reglas que deben ser aplicadas durante el juego, así como las sanciones en caso de incumplirlas.

2.2.5 ¿Socializar las diferentes recompensas?

El estudiante debe estar claro en las diferentes recompensas que obtendrá durante su proceso de aprendizaje. Las mismas tienen la función de motivarlo con el fin de que siga avanzando en el proceso hasta lograr el objetivo final.

2.2.6 ¿Cómo gestionar los resultados obtenidos?

El docente al utilizar técnicas distintas a las tradicionales, debe buscar la manera de gestionar los diferentes avances que tengan los estudiantes, para lo cual debe buscar formas de comprobar que el aprendizaje ha sido el adecuado y que cumple con los objetivos planteados.

Cómo aplicar en el aula el aprendizaje basado en juegos

La aplicación de la "gamificación" en el aula debe servir para motivar a los alumnos y darles el control de su aprendizaje. Para ello, es fundamental integrar el juego en la programación del curso.

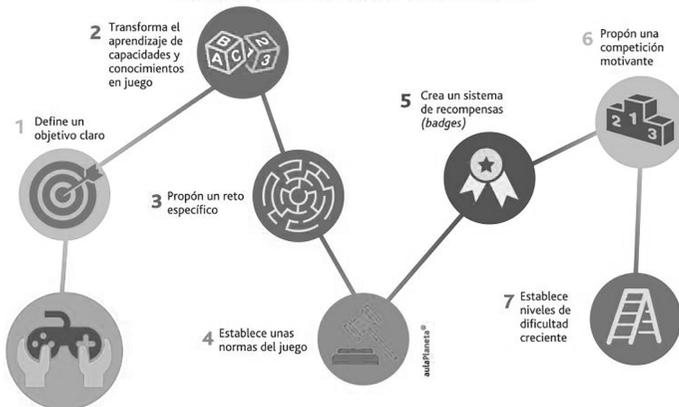


Fig. 3. Cómo aplicar en el aula el aprendizaje basado en juegos [21]

Por otro lado, las mecánicas del juego marcan las metas, los objetivos por conseguir, los cuales varían según el juego componiéndose de herramientas, técnicas y programas que se utilizan para lograr conseguir una alta motivación del usuario [22].

2.3 Componentes necesarios para una buena Gamificación

Al momento de gamificar un curso, es necesario el uso de diferentes componentes que facilitarán el cumplimiento de los propósitos del mismo. Dependiendo de la forma en que se trabaje, no todos los elementos podrán ser utilizados.

Componentes de Gamificación en Moodle	
Componente	Descripción
Estado de finalización de una actividad o del curso	Mediante los recursos de Moodle, se puede definir qué actividades debe desarrollar el alumno para poder considerar a la actividad o el curso como completado. Se debe habilitar la opción Rastreo de Finalización en los ajustes del curso y en el “Estatus de Finalización del Curso” se puede observar el progreso.
Bloque “Resultados del Cuestionario”	Permite visualizar de manera individual o grupal las notas más altas de un cuestionario.
Badges	También conocidas como insignias. Son premios que se otorgan a los estudiantes ya sea de manera manual o automática. Son entregadas al momento en que un alumno ha completado una actividad.
Foro con calificaciones	El foro puede ser calificado por cada participación o mensaje colocado por el estudiante.
Condicionales (Restricciones de Acceso)	Se puede definir restricciones para los diferentes recursos o actividades en función de lo realizado por los estudiantes en diferentes actividades.
Encuestas	Mediante un grupo de preguntas se puede recoger las opiniones e información que se necesitan.
Taller	Permite una evaluación entre pares o entre iguales. Es posible configurar el número de personas que pueden realizar la evaluación
Consultas	Se elabora una sola pregunta que contiene un conjunto de respuestas cerradas. Se utiliza para conocer la opinión sobre un tema específico
Externas embebidas	Se puede mostrar el contenido de varias aplicaciones, tales como Twitter, Facebook

Tabla 1. Componentes de Gamificación en Moodle (los Autores)

2.4 Mecánicas

De acuerdo a [23], una vez que se tienen todos los componentes a ser utilizados en el aula, se pueden aplicar diferentes estra-

tegias o también llamadas mecánicas. En este artículo se enumerarán a las consideradas principales:

Principales Estrategias	
Mecánicas	Componentes
Triada PBL	Se utilizarán puntos, badges y Leaderboards (cuando se habilita el bloque resultados del cuestionario)
Retos o Misiones	Cuestionarios, Encuestas, Talleres, Condicionales
Niveles	Se puede definir niveles que se vayan abriendo conforme se cumplen las diferentes actividades hasta la finalización del curso o asignatura. Se podría aplicar niveles sorpresa escondidos en la asignatura
Retos especiales	Si el estudiante realiza una actividad especial se podrá acceder a esta zona especial, para lo cual se podrán utilizar condicionales.
Recogida de objetos	Utilizadas para confirmar que una sección ha sido visualizada

Tabla 2. Principales Estrategias (los Autores)

3. Resultados y Discusión

El análisis de resultados se realiza considerando los siguientes aspectos:

- A. En base a los componentes y mecánicas utilizados en el juego y que serán incorporados a la plataforma.
- B. El nivel de aceptación y el impacto que se tendrá en el estudiante la incorporación de estos nuevos elementos.

El primer caso es el realizado por [24] en el ámbito universitario al utilizar gamificación en la materia de Programación, la misma que incluye una serie de retos calificados que debían ser cumplidos por los estudiantes. Al culminar el cuatrimestre, solamente el 40% de los alumnos utilizó la plataforma.

De este porcentaje el grado de uso fue medio – alto, que corresponde a un 77%.

El número máximo de desafíos fue de 37 y solamente lo cumplió el 17%, en tanto que la cuarta parte de los estudiantes realizaron más de 20 desafíos. Los datos de esta prueba se indican en la Tabla 3.

El segundo caso se refiere al de [25] de la Universidad Técnica Particular de Loja donde se implementó la Gamificación en un curso virtual, aplicando una estrategia de aprendizaje activo, con el fin de analizar que influencia tuvo la filosofía de retos en la motivación y el aprendizaje de los estudiantes. Los resultados obtenidos fueron los que se indican en la Figura 4.

Los hallazgos de este estudio revelaron que el 97% de los estudiantes consideran estar satisfechos y muy satisfechos después de su participación y utilización de la Gamificación en el proceso de aprendizaje. De la encuesta realizada se desprende que los elementos que más motivaron a los estudiantes son los retos semanales con un 69% y los elementos de gamificación con un 80%. De esto se deduce, como lo expresa [26], que el sentimiento de competencia y autonomía mejora la motivación intrínseca durante la ejecución de algún curso.

Nivel de satisfacción en cuanto a la motivación del curso



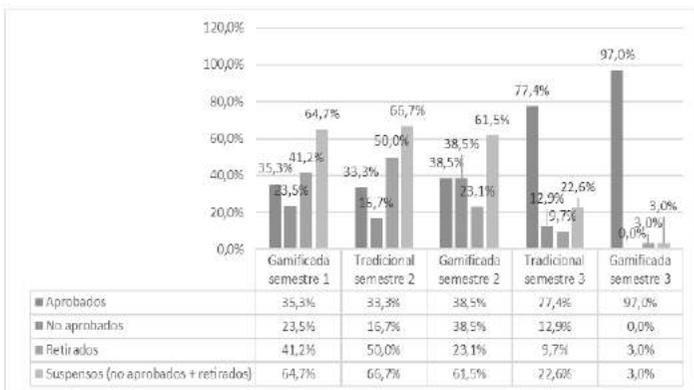
Fig. 4. Nivel de satisfacción en relación a la motivación del curso [25]

Cantidad de Desafíos	% de Alumnos
37	16,67
> 20	25,00
<= 20 y > 16	8,33
<= 15 y > 11	4,17
<= 10 y > 5	8,33
<= 5 y > 1	12,50
1	41,67

Tabla 3. Porcentaje de Alumnos según la cantidad de Desafíos Completados [24]

El tercer caso analizado es el de [11], quien realiza un análisis cuantitativo de la materia de Programación I en la Facultad de Ingeniería, Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad Central del Ecuador, utilizando estrategias de gamificación en la plataforma Moodle. El análisis se basa en la mejora del rendimiento académico y la forma en que se puede motivar y aumentar el compromiso del estudiante hacia el aprendizaje de la materia. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Fig. 5. Comparación de resultados académicos en los tres semestres [11]



En la Figura 5 se puede observar que el porcentaje de aprobados utilizando la metodología gamificada tiene un crecimiento en cada uno de los semestres. En el primer semestre hubo el 35,3% de aprobados, en el segundo semestre fue de 38,5% de aprobados y el tercer semestre fue del 97,0% de aprobados. Lo que da como resultado que la mayoría de estudiantes culminó la materia con un buen nivel de aprendizaje.

En relación a la motivación y el compromiso para el aprendizaje de la materia, los resultados obtenidos fueron los que se indican en la Figura 6. Se puede observar

que los estudiantes en los tres semestres afirmaron que al usar la gamificación con Moodle en la materia, se consiguieron mejores resultados. Esto es debido a que consideran que las diferentes actividades del aula pueden ser desarrolladas a cualquier momento y desde cualquier lugar sin necesidad de restricciones, salvo los tiempos de entrega de las tareas. Además, que cualquier tipo de duda o problema se la puede realizar de manera automática a través del aula y la respuesta por parte del docente o compañeros puede ser visualizada por todos los participantes.

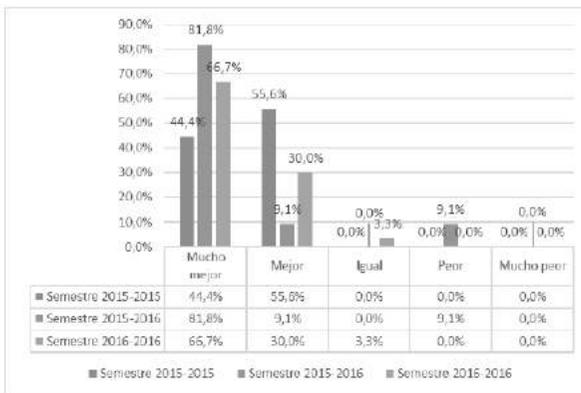


Fig. 6. Grado de motivación en el aprendizaje del segundo hemisemestre comparado con el primero [11]

De acuerdo a los resultados obtenidos, en los tres casos analizados se puede deducir que la metodología tradicional de aprendizaje en comparación con la gamificada usando Moodle, tiene un porcentaje menor en el aprendizaje por parte de los estudiantes, lo que produce que sea mayor el número de retirados y de perdidos la materia. Los estudiantes consideran que los premios o insignias que se otorgan en las

diferentes tareas les motiva a realizar las mismas y cumplir con los diferentes retos expuestos en el aula. Además, que consideran que tienen la ventaja de que pueden realizar las tareas o consultas a cualquier hora del día y desde cualquier lugar. Algo que debe ser tomado en cuenta al utilizar la gamificación es, que en cada una de las etapas del aprendizaje se debe ir sacando lo mejor e ir incorporando en la

siguiente etapa, con la finalidad de que cada vez que el estudiante avance en sus retos y actividades se motive mucho más y logre un aprendizaje efectivo que le permita retener los conocimientos adquiridos de mejor manera. [27] establece que conforme el alumno avanza y práctica en su aprendizaje, el nivel de dificultad se debe incrementar.

4. Conclusiones

De los análisis realizados se puede concluir que el usar un curso virtual con gamificación ayuda a incrementar tanto el aprendizaje como la motivación, siendo los retos los que empujan al estudiante a hacer las actividades y a pensar en lo que está haciendo [28], lo cual comprueba la hipótesis planteada al inicio de este artículo.

Cuando se utilizan mecánicas y dinámicas de juegos en un ambiente e-learning, se puede aplicar como un conjunto de actividades cuyo propósito es aumentar la motivación y el aprendizaje de los estudiantes en entornos donde según [29], la competencia con otros estudiantes permite el aumento de su adrenalina hacia la competición, lo que hace que su rendimiento académico sea más efectivo, y su participación es más continua.

El aplicar la gamificación en un LMS muy popular como Moodle tiene sus ventajas, en virtud que es considerado como un sistema robusto, integrado y seguro [30] que apoya a los docentes y estudiantes en la creación de ambientes personalizados. Fi-

nalmente, entre las características más importantes que ayudan y facilitan el aprendizaje, se tiene las insignias, seguimiento del progreso de los alumnos, cuestionarios, actividades condicionales, entre otras.

Referencias

1. F. Rodríguez and R. Campión, *Gamificación: Cómo motivar a tu alumnado y mejorar el clima en el aula*. Grupo Oceano, 2015.
2. O. Ripoll, "Gamificar el aprendizaje," *El blog de EduCaixa*, 2017. [Online]. Available: <https://blog.educaixa.com/-/gamificar-el-aprendizaje>. [Accessed: 16-Oct-2018].
3. A. Rodríguez and L. Ramírez, "Aprender Haciendo - Investigar reflexionando: Caso de estudio paralelo en Colombia y Chile," *Rev. Acad. y Virtualidad*, vol. 7, no. 2, pp. 53–63, 2014.
4. C. González, "Estrategias para trabajar la creatividad en la Educación Superior: pensamiento de diseño, aprendizaje basado en juegos y en proyectos," *RED. Revista de Educación a Distancia*, Murcia, pp. 7–22, 2014.
5. R. Contreras and J. coord Eguia, *Gamificación en aulas universitarias*. Barcelona: Bellaterra : Institut de la Comunicació, 2016.
6. S. Zepeda, R. Abascal, and E. López, "Integración de gamificación y aprendizaje activo en el aula," *RA XIMHAI*, vol. 12, no. 6, pp. 315–325, 2016.
7. A. Prieto, D. Díaz, J. Monserrat, and E.

- Reyes, “Experiencias de aplicación de estrategias de gamificación a entornos de aprendizaje universitario,” *ReVisión*, vol. 7, no. 2, pp. 27–42, 2014.
8. A. Plaza, F. Pincay, and P. Moreno, “Aplicación y evaluación de recursos tecnológicos de apoyo al aprendizaje: gamificación en el aula,” in *Memorias de la Décima Sexta Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática*, 2017, p. 6.
 9. J. Lee, P. Ceyhan, W. Jordan-Cooley, and W. Sung, “A Real-World Action Game for Climate Change Education,” *Sage Journals*, vol. 48, no. 2–3, pp. 349–365, 2013.
 10. [J. Tabares and S. Correa, “Tecnología y sociedad: una aproximación a los estudios sociales de la tecnología,” *Rev. Iberoam. Ciencia, Tecnol. y Soc. - CTS*, vol. 9, no. 26, pp. 129–144, 2014.
 11. J. Beltrán, “Elearning y gamificación como apoyo al aprendizaje de programación,” Universidad de Extremadura, 2017.
 12. MIAC, “4 aspectos positivos de la Gamificación,” *Maestros Innovadores, Alumnos Competentes*, 2017. [Online]. Available: <https://www.miaceduca.es/4-aspectos-positivos-de-la-gamificacion/>. [Accessed: 23-Oct-2017].
 13. E. Dale, *Audiovisual methods in teaching*, 3rd ed. Fort Worth, Texas: Dryden Press, 1996.
 14. I. Fernández, “Juego serio: gamificación y aprendizaje,” *Centro de Comunicación y Pedagogía*, 2015. [Online]. Available: <http://www.centrocp.com/juego-serio-gamificacion-aprendizaje/>. [Accessed: 18-Oct-2018].
 15. A. Dávila, “Efectos de algunas tecnologías educativas digitales sobre el rendimiento académico en matemáticas,” *Compendium*, vol. 10, no. 18, pp. 21–36, 2017.
 16. O. Islas, “E-learning, una mirada a la educación virtual,” *America Learning & Media*. [Online]. Available: <http://www.americalearningmedia.com/edicion-024/278-white-papers/4287-e-learning-una-mirada-a-la-educacion-virtual>. [Accessed: 20-Oct-2018].
 17. R. Baelo, “El e-learning, una respuesta educativa a las demandas de las sociedades del siglo XXI,” *Pixel-Bit. Rev. Medios y Educ.*, vol. 35, pp. 87–96, 2009.
 18. M. Espino, “Porqué incorporar gamificación en el e-learning,” *e-ABC Learning*, 2018. [Online]. Available: <https://www.e-abclearning.com/gamificacion-en-el-e-learning/#>. [Accessed: 20-Oct-2018].
 19. H. Oliva, “La gamificación como estrategia metodológica en el contexto educativo universitario,” *Real. y Reflexión*, vol. 44, p. 19, 2016.
 20. C. Andrades, “Gamificar 11 trucos y consejos.” ELEInternacional, Madrid, p. 10, 2016.
 21. C. Cifuentes, “El aprendizaje basado en juegos, una metodología motiva-

- dora que potencia múltiples capacidades,” *Revista de Educación Internacional*, España, p. 5, 2017.
22. M. Vargas, “La gamificación al servicio de nuevos modelos de comunicación surgidos de la cibercultura,” Universidad de Sevilla, 2013.
 23. J. Conde and O. Borrás, “Guía de Gamificación para Moodle,” Madrid, 2015.
 24. P. Vera, E. Moreno, M. Vázquez, F. Valles, J. Cescon, and R. Rodríguez, “Gamificación en el ámbito Universitario – Análisis e Implementación de elementos de juegos.” ResearchGate, Buenos Aires, p. 6, 2017.
 25. M. Agila, D. Jara, and C. Sarango, “Entornos gamificados: un contexto de aprendizaje activo,” in *Memorias de la Décima Quinta Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática (CISCI 2016)*, 2016, p. 4.
 26. B. Rienties, B. Giesbers, D. Tempelaar, S. Lygo-Baker, M. Segers, and W. Gijsselaers, “The role of scaffolding and motivation in CSCL,” *Comput. Educ.*, vol. 59, no. 3, pp. 893–906, 2012.
 27. J. Urquiza, “Consejos para aplicar la gamificación en el aula + infografía + juegos,” *Web del maestro cmf*, 2017. [Online]. Available: <http://webdelmaestrocmf.com/portal/consejos-aplicar-la-gamificacion-aula-infografia/>. [Accessed: 25-Oct-2018].
 28. C. Bonwell and J. Eison, “Active Learning: Creating Excitement in the Classroom. 1991 ASHE-ERIC Higher Education Reports,” Washington, DC, 1991.
 29. G. Kiryakova, N. Angelova, and L. Yordanova, “Gamification in education.” Trakia University, Faculty of Economics, Stara Zagora, p. 5, 2013.
 30. Moodle, “Acerca de Moodle,” *Moodle*, 2018. [Online]. Available: https://docs.moodle.org/all/es/Acerca_de_Moodle. [Accessed: 26-Oct-2018].

*Financial tools to leverage
accounting processes
in innovation and
entrepreneurship projects)*

Herramientas financieras para apalancar los procesos contables en proyectos de innovación y emprendimiento

AUTOR: L. Elizalde ¹; A. Morales ².

1. Escuela de Administración de Empresas. Facultad de Administración de Empresas. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Panamericana Sur Km ½. Riobamba.
2. Escuela de Administración de Empresas. Facultad de Administración de Empresas. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Panamericana Sur Km ½. Riobamba.

RESUMEN

Este artículo se enfoca en analizar las herramientas financieras para apalancar los procesos contables en proyectos de innovación y emprendimiento. Por medio de una investigación bibliográfica, documental, en la cual han sido analizados los fundamentos teóricos expuestos por autores especialistas en el área, extrayéndose a través de una matriz previamente formulada para vaciar la información examinada, aspectos que soportan implícita o explícitamente tanto las herramientas financieras tradicionales como aquellas soportadas en las tecnologías de la información y la comunicación, los procesos contables, proyectos de innovación y emprendimiento. Al analizar los sustentos teóricos esbozados por los diferentes estudiosos del área, es posible concluir que cada una de estas herramientas da soporte a la gestión de una organización, porque facilitan el seguimiento y control de los procedimientos contables, que se llevan a cabo de manera diaria o permanente. Significa entonces, que su aplicabilidad viabiliza de una manera eficaz la oportuna información para una acertada toma de decisiones. Por ello, conocerlas es necesario, para poder apalancar tanto operativamente como desde el punto de vista financiero los procesos contables que se cumplen en cualquier tipo de organizaciones. En este caso de manera específica, en la ejecución de proyectos de innovación y emprendimiento.

RESUMEN

When analyzing the theoretical underpinnings outlined by the different scholars of the area, it is possible to conclude that each of these tools supports the management of an organization, because they facilitate the monitoring and control of accounting operations, which are carried out on a daily basis or permanent. It means, then, that its applicability makes possible in an effective way the opportune information for an appropriate decision making. Therefore, knowing them is necessary, in order to be able to leverage, both operationally and from a financial point of view, the accounting processes that are carried out in any type of organization. However, in this specific case, in the execution of innovation and entrepreneurship projects. When analyzing the theoretical underpinnings outlined by the different scholars of the area, it is possible to conclude that each of these tools supports the management of an organization, because they facilitate the monitoring and control of accounting procedures, which are carried out on a daily basis or permanent. It means, then, that its applicability makes possible in an effective way the opportune information for an appropriate decision making. Therefore, knowing them is necessary, in order to be able to leverage, both operationally and from a financial point of view, the accounting processes that are carried out in any type of organization. In this case, specifically, in the execution of innovation and entrepreneurship projects.

Palabras claves:

Herramientas financieras, Apalancamiento, Procesos contables, Proyectos, Innovación, Emprendimiento.

Keywords:

Financial tools, Leverage, Accounting processes, Projects, Innovation, Entrepreneurship.

1. Introducción

En la actualidad con el auge de las tecnologías de la información y la comunicación, han surgido una serie de herramientas financieras que apalancan los procesos contables, independientemente del contexto en el cual se apliquen, entre ellas se pueden mencionar el software de contabilidad, sistema de gestión de nómina, software de facturación, software de análisis de flujo de caja, herramientas de e-commerce, entre muchas otras.

No obstante, de manera tradicional se han venido utilizando, de igual forma, otras menos sofisticadas pero que dieron y continúan ofreciendo a través del tiempo, excelentes resultados, tal es el caso de los estados financieros, la planificación financiera, las proyecciones financieras, flujos de caja, los presupuestos.

Al respecto de lo planteado Baena (2014) (1), señala que algunas de las herramientas identificadoras del estado económico (posición histórica) y de la ejecución de situaciones futuras (posición de proyección) de cualquier empresa, son entre otras, el análisis financiero, el cálculo e interpretación del sistema de valor agregado, la importancia de los inductores de valor, el apalancamiento operativo y financiero, además de las proyecciones financieras.

En este sentido, la puesta en práctica de algunas de estas herramientas, en los procesos contables que deben asumirse al ejecutar proyectos de innovación y em-

prendimiento es vital, pues esto va a contribuir el manejo adecuado de los recursos recibidos y la entrega de cuentas claras de manera responsable ante el organismo financiador. Por ello, el objetivo de este trabajo está enfocado en analizar las herramientas financieras para apalancan los procesos contables en proyectos de innovación y emprendimiento.

2. Materiales y Métodos

A los fines de realizar la investigación que soporta la elaboración de este artículo, se desarrolla un estudio documental, sustentado en autores como Hernández et al., (2017) (2), quienes sostienen que la investigación de tipo documental es sustentada por información recopilada directamente de documentos escritos por otros teóricos, en un momento determinado, la cual puede ser usada como referencia consultada en cualquier otro estudio que la requiera para soportar los contenidos expuestos y posteriormente divulgados, en este sentido, esa indagación debe manifestar testimonio de una realidad o un hecho acontecido.

De igual forma, Pelekais et al., (2015) (3), en su texto el ABC, expresan que al hablar de investigación documental se hace referencia a un estudio que demanda para su desarrollo la condición preexistente de haber seleccionado un tópico en específico que se necesita ampliar, por supuesto para hacerlo, debe haber sido delimitado y lo suficientemente justificado a los fines de explorar en las fuentes consultadas la realidad de lo que se está indagando, tam-

bién refieren la necesidad de la precisión, claridad, así como el nivel de síntesis que debe reunir, para que el abordaje realizado demuestre ser pertinente y en total correspondencia con lo analizado. De esta manera, es posible dar respuesta a los objetivos o propósitos iniciales planteados. No es fácil alcanzar un buen resumen, para lograrlo se debe agotar no solo la redacción de varias versiones sino esmerarse en redactar un riguroso proceso de escritura.

Soportando lo expuesto por los anteriores autores señalados, Arias (2016) (4), enfatiza en que la investigación documental tiene su fundamentación en la exploración de un tema en específico, el cual debe ser sustentado en un análisis crítico, porque su fuente son los datos aportados por otros estudiosos del área a través de todo tipo de documentación tanto impresa como digitalizada, considerando que lo importante está referido al aporte que pueda dársele al conocimiento.

Por otro lado, el trabajo realizado queda enmarcado en un diseño bibliográfico, basándose en la exploración metódica del documental recopilado referente las herramientas financieras, procesos contables, así como los proyectos de innovación y emprendimiento, con la finalidad de realizar el análisis planteado.

Con respecto a lo anteriormente descrito, Sabino (2014) (5), comparte el criterio referido por los anteriores autores referenciados al expresar que el diseño bibliográfico, está sustentado en la premisa

que los datos empleados como fuente de información, los cuales provienen de estudios previos realizados por otros teóricos especialistas en el área del conocimiento, quienes brindan sus aportes al servicio de la comunidad científica para que puedan socializarlos, por lo tanto, para procesarlos se requiere el uso de algún tipo de instrumento que haga posible su integración, en todo caso es recomendable el uso de fichas textuales, para posteriormente trabajar la matriz de análisis, en la cual son cargados los insumos obtenidos de la revisión cumplida. Una vez cumplida esa fase, se está en disposición de utilizarlos.

3. Resultados y Discusión

3.1 Herramientas financieras tradicionales

En todos los momentos las organizaciones, al instante de encargarse de ejecutar los procesos que involucran gestionar recursos económicos, necesitan utilizar una serie de herramientas financieras, las cuales son recursos empleados para cumplir la función contable que deben llevar a cabo. Tradicionalmente han sido el soporte para buscar información de utilidad para la toma de decisiones. En este sentido, las más esgrimidas son los estados financieros, la planificación financiera, las proyecciones financieras, flujos de caja, los presupuestos.

Según Robbins y Coulter (2005) (6), además de las herramientas financieras tradicionales, los gerentes están utilizando medidas como el Valor Económico Agre-

gado (EVA) y el Valor de Mercado Agregado (MVA). Explicando que el valor de estas herramientas financieras se refiere a que las empresas reciban capital de inversionistas y lo hagan valer más. En consecuencia cuando los gerentes hacen eso crean riqueza. Por el contrario, cuando reciben capital y lo hacen valer menos, destruyen la riqueza.

Totalmente de acuerdo con los criterios esbozados por los autores referenciados, porque la gerencia debe ser innovadora y creativa, utilizar su juicio para incorporar las herramientas necesarias para el buen desenvolvimiento de los procesos organizacionales.

3.1.1 Estrategias financieras

De acuerdo a Galeano (2011, Pág. 5) (7), una estrategia financiera, se define como la “elección de los caminos a seguir para el logro de los objetivos financieros y, por ende, necesita ser organizada, planeada, supervisada y dirigida para que funcione en el sentido buscado”. Los tipos de estrategias financieras son aspectos clave que responden a las estrategias o políticas que desde el punto de vista financiero deberán regir el desempeño de la organización, en las que pudieran agruparse, dependiendo del efecto que se persiga con ésta, a largo y a corto plazo.

3.1.2 Valor Económico Agregado (EVA)

De acuerdo a Robbins y Coulter (2005) (6), es una herramienta financiera para medir el rendimiento corporativo y de las divi-

siones, que se calcula restando la utilidad operativa después de impuestos menos el costo anual total del capital.

Por su parte, Franklin (2007) (8), señala que el valor económico agregado (EVA) es una herramienta para valorar el capital forjado por la organización empresarial a la cual hace referencia, considerando en este procedimiento el nivel de riesgo de las operaciones que ejecuta. En este sentido, el EVA indica si la empresa está creando o no valor, ha sido utilizado con gran éxito. Agregando de manera adicional, que esta herramienta contable, es un indicador financiero que puede ser utilizado por la gerencia para medir del desempeño de la empresa, abarcando la apreciación generada de valor agregado que incide en la toma de decisiones de una manera eficiente y oportuna.

3.1.3 Valor de Mercado Agregado (MVA)

Según Robbins y Coulter (2005) (6), añade un aspecto del mercado, ya que determina el cálculo que hace el mercado de valores del valor de los proyectos de inversión de capital pasados y futuros de una empresa.

3.1.4 Proyecciones financieras

De acuerdo a Florez (2014) (9), para realizar las proyecciones financieras se debe contar con una herramienta de ayuda básica, las cuales incluyen las políticas adoptadas en el manejo de los rubros proyectados y justifica el valor asignado a todos y cada uno de los renglones de los estados financieros. Por lo tanto, las bases para

las proyecciones financieras deben formar parte dentro del contexto y para su evaluación, se debe contar con información que soporte cada una de las cifras. En este sentido, no hace falta realizar una sustentación de las cifras del balance general que no se modifiquen de un período a otro.

Agrega el autor, que los parámetros bajo los cuales se realizan las proyecciones financieras son: Proyección de los ingresos, conceptos de ingresos por prestación de servicios, otros ingresos no operacionales.

3.1.5 Flujos de caja

Según el autor anteriormente referenciado (9), el flujo de caja utilizado en la proyección financiera compila los conceptos de flujo de caja operativo, financiero y del inversionista. Los rubros que se incluyen son los que tienen movimiento al proyectar cifras del estado de resultados o del balance general. Su estructura se inicia cuando se constituye la sociedad y se aportan los recursos, ya sean en efectivo, en activos fijos o en otra modalidad definida por los socios. En la etapa de inversión se realizan desembolsos de distinta índole para dejar listo el plan de negocio e iniciar operación. En consecuencia, el flujo de caja refleja las entradas y salidas de dinero hasta el día antes de iniciar operaciones. Este período se conoce como el flujo de caja inicial o el del período cero.

3.1.6 Análisis de los estados financieros

De acuerdo a Baena (2014) (1), el análisis de los estados financieros hace referencia

al proceso cumplido en un momento determinado como parte de una operación contable, el cual está conformado por varios pasos, entre los cuales pueden mencionarse la compilación, elucidación y cotejo de datos tanto cualitativos como cuantitativos, de asuntos relacionados con hechos históricos y actuales de la organización, a los fines de poder realizar el diagnóstico que orientará la efectiva toma de decisiones por parte de la gerencia de la empresa.

Agrega de igual forma, que todo análisis financiero realizado a la empresa, corresponde a su situación actual, basada en hechos presentes o en información pasada recopilada e interpretada a través de datos procesados con las técnicas de un análisis o de estadística; pero también se realiza para proyectar el futuro crecimiento económico o proyectos de inversión.

3.1.7 Herramientas para evaluar la situación financiera de una empresa

Prosigue el autor referenciado anteriormente afirmando, que son dos (1): Estados financieros a través del conocimiento de su estructura, propósito general y específicos, así como de los indicadores financieros (análisis por medio de razones, movimientos de efectivo y análisis de fuentes).

Es importante en este punto explicar que del análisis efectuado a los teóricos referenciados, se pudo evidenciar que las herramientas financieras tradicionales, continúan prestando su labor de apoyo a la gestión de los procesos contables, porque

son parte del quehacer financiero y su misión es generar espacios de conocimiento en el área.

3.2 Herramientas financieras basadas en las tecnologías de la información y la comunicación

A decir de Turner y Weickgennant (2008) (10), la contabilidad, como sistema de información empresarial, registra la información de las actividades que realizan las empresas y mediante los estados financieros, ofrece un reflejo de la imagen fiel de su patrimonio, su situación financiera y sus resultados. De igual forma, la aplicación de las TIC en este ámbito, por tanto, tiene diferentes efectos: por un lado, el avance en los instrumentos y programas informáticos supone un registro más rápido y actualizado de las operaciones de la empresa (Regojo y Tormo, 2008 (11); Díez, 2008(12). La información registrada está disponible y puede ser utilizada en cualquier momento para la toma de decisiones. En este sentido, las herramientas proporcionadas no solo pueden emplearse en la empresa, sino también en los procesos contables que se cumplen en los proyectos de innovación y emprendimiento, al momento de ejecutarlos.

Complementa lo expuesto, Durán (2015) (13), quien afirma que las TIC's en el proceso contable de una empresa ofrecen múltiples beneficios y estrategias para lograr competitividad en el mundo de la globalización, pues por muy pequeña que sea la organización, los sistemas informáticos

contables permiten un manejo automatizado que agiliza las operaciones administrativas-contables, integrándose todas las áreas (tesorería, nómina, compras, facturación y otros) en tiempo real, rápidamente y en forma eficiente. Además, el empleo del internet, el comercio electrónico y el gobierno electrónico como simples ejemplos aplicados en todas las operaciones de una organización, en especial, en el área contable.

3.2.1 Software de contabilidad

De acuerdo a la autora referenciada con anterioridad (13), a lo largo de la historia, la contabilidad se llevaba principalmente manual, y a través de los avances tecnológicos han surgido una variedad de software como: Saint Enterprise contabilidad (2012), Galac (2012), Premiun Soft Contabilidad 7.x Extended MySQL, AdaptaPro ERP (V.4.1), Microtech Contable (2012), Profit Plus 2K8, entre otros, cada uno en particular ha tratado de perfeccionar las debilidades de otros software, y adaptarse más a las exigencias de las empresas y a los cambios del entorno empresarial.

3.2.2 Sistema de gestión de nómina

Para Riascos y Aguilera (2011) (14), los sistemas de información en la gestión del talento humano facilitan reunir, registrar, almacenar, analizar y recuperar los datos relacionados con los recursos humanos de la organización; los procesos principales que deben ser cubiertos por un sistema de información de gestión del talento humano

son: planeación estratégica; formulación de objetivos y programas de acción; registros y controles de personal; registro de nómina; informes sobre remuneraciones; incentivos salariales; beneficios; reclutamiento y selección; entre otros.

3.2.3 Herramientas de e-commerce

Las empresas han utilizado el internet como un instrumento de comunicación externa e interna, pero también han desarrollado estrategias económicas y de marketing específicas. (Publicaciones vértice S.L., 2010) (15). Según Saavedra (2016), citando a Gaitán y Pruvost (2001) (16), el E-commerce proviene del término "Electronic Commerce o comercio electrónico", esto engloba todas las actividades realizadas por medio electrónico que involucran directamente al consumidor, como ventas, proceso de órdenes de compra, administración de las relaciones del cliente y desarrollo del programa de lealtad comercial.

En relación al tipo de negocio que se puede realizar, existen dos modelos principales: (Confederación de empresarios de Andalucía, 2006) (17). B2C (Business to Consumer). De empresa al consumidor, una actividad empresarial dirigida al consumidor, trata la venta de los productos y/o servicios a clientes no empresariales. Este tipo de e-business mejora el servicio prestado a los clientes y genera oportunidad para elevar ventas e ingresos. Una de las empresas representativas de este modelo es amazon.com que comercializa libros, cds, regalos y otros productos a consumidores.

De igual forma, B2B (Business to Business), de empresa a empresa, actividad empresarial dirigida a otras Empresas que pueden o no formar parte de la misma cadena de valor, alude a la automatización de la cadena de suministro y a la relación comercial entre empresas mediante medios electrónicos. (Saavedra, 2016) (16). En consecuencia de lo planteado por los teóricos analizados, se puede apreciar que la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación a la gestión contable, ha sido una herramienta de gran utilidad para agilizar diferentes procedimientos que se cumplen en las organizaciones, en este sentido le han dado agilidad a los procesos que deben ejecutarse además de incorporar innovaciones en la materia.

3.3 Finanzas

Gitman (2012) (18), la define como: El arte y la ciencia de administrar el dinero. A nivel personal, las finanzas afectan las decisiones individuales de cuánto dinero gastar de los ingresos, cuánto ahorrar y cómo invertir los ahorros. En el contexto de una empresa, las finanzas implican el mismo tipo de decisiones: cómo incrementar el dinero de los inversionistas, cómo invertir el dinero para obtener una utilidad, y de qué modo conviene reinvertir las ganancias de la empresa o distribuirlas entre los inversionistas. (p.3).

Por su parte, Baena (2014, pág. 1) (1), sostiene como principio fundamental de su opinión personal que "las finanzas son el

arte y la ciencia de administrar el dinero”. Enfatizando, luego de realizar esta afirmación que las finanzas se ocupan del proceso, de las instituciones, mercados y los instrumentos que participan en la transferencia de dinero entre individuos, empresas y gobiernos. Por otro lado, agrega de igual manera, las finanzas administrativas son utilizadas para ejecutar las actividades propias del profesional encargado de gestionar los asuntos propios de su cargo, o sea, administrar los asuntos financieros de una organización

3.3.1 Gestión financiera

Siguiendo con la teorización del tema comentado, se hace especial referencia a Sánchez (2006), citado por Córdoba (2012) (19), quien hace hincapié en una aproximación referencial en la cual especifica que el proceso de manejo de dinero en el cual están involucrados tanto los ingresos como los egresos de una empresa, así como la rentabilidad generada, se denomina gestión financiera. En consecuencia, su misión está enfocada en garantizar los principios de eficacia, eficiencia y efectividad para garantizar que se cubran las exigencias derivadas del control de los recursos financieros, demostrando niveles aceptables en el manejo de los mismos. Continúa el citado autor afirmando que (19), las organizaciones actúan en un medio complejo donde están sometidas a continuos cambios y a la volatilidad de los mercados, lo que exige mayores niveles de eficacia, eficiencia y efectividad en el ma-

nejo de los negocios.

En referencia a lo expuesto, Pérez y Caso (2014) (20), sostienen que el aprovechamiento de los recursos, así como su correcta administración son producto del continuo análisis realizado por el administrador, quien a través de la gestión contable hace seguimiento a las transacciones ejecutadas en la organización. Esto permite establecer en el tiempo indicado los resultados financieros que se han producido en un periodo determinado, para asumir de manera responsable cualquier sugerencia de decisión que debe ser tomada a nivel gerencial.

3.3.2 Planificación financiera

Para Paredes (2017) (21), la planificación financiera se constituye como parte de los componentes clave para la gestión efectiva de toda organización, su aplicación contribuye con la administración organizacional impulsada para alcanzar los objetivos previa a la operatividad de las funciones relacionadas que soportan las finanzas corporativas, por lo cual resulta imprescindible la definición de sistemas de evaluación y control que garanticen óptimos resultados financiero-operacional en el contexto organizacional que amerite su aplicación. Su alcance ha logrado direccionar la efectiva funcionalidad de procesos administrativos direccionados para garantizar la toma de decisiones basadas en el denominado el plan financiero concebido en el corto o largo plazo.

Complementando la idea expuesta al afirmar, que además contribuye de forma directa a lograr una activa participación en las decisiones orientadas hacia la minimización de costos, controles escritos de calidad, programas de pedidos o despachos, eficiencia administrativa, alta utilización de los recursos, productividad elevada y coordinación adecuada de las actividades administrativas. Asimismo, la conducción financiera, está presente en las decisiones relacionadas con la diferenciación y búsqueda de mecanismos previstos para propiciar la conquista y la fidelización de la clientela.

3.2.3 Apalancamiento financiero

Lawrence y Chad (2012) (22), definen el Apalancamiento Financiero como el uso de costos que se originan producto de un endeudamiento (costos financieros fijos) que deben pagarse, por lo tanto implica incrementar los efectos de los cambios en las utilidades antes de interese e impuestos sobre las ganancias por acción de la empresa, por lo tanto puede evidenciarse que los costos financieros fijos más comunes en la empresa son los intereses de deudas y los dividendos de acciones preferentes. Se considera también que el apalancamiento Financiero es una herramienta fundamental utilizada por las empresas con la finalidad de buscar mayores inversiones con el capital propio más el endeudamiento cuyos propósitos son obtener mayor rentabilidad (p.463).

De acuerdo al análisis efectuado, se visualiza que las finanzas con cada uno de los componentes que la conforman, envuelven el quehacer organizacional y personal en materia de gestión financiera, de ella se derivan los procedimientos puestos en funcionamiento cada vez que se requiere administrar los recursos monetarios o no, por ello es imprescindible manejar los aspectos inherentes a la misma.

3.4 Procesos contables

Según Catacora (2012) (23), el proceso contable son todas aquellas consecuencias de pasos e instructivos que se utilizan para el registro de las transacciones u operaciones que realiza una empresa en los libros de contabilidad. De igual manera, se define como la operación diaria ordinaria de un sistema particular de cuentas. Por otro lado, para Revilla (2011) (24), el proceso contable es reseñado como el manejo de registros que constituyen una fase o procedimientos de la contabilidad. El mantenimiento de los registros conforma un proceso de extrema importancia, toda vez que el desarrollo eficiente de las otras actividades contables depende en alto grado, de la exactitud e integridad de los registros de la contabilidad.

De igual modo, Espiñeira (2010) (25), asegura que los procedimientos contables son una operación diaria de una sistema particular de cuentas, es decir, es un registro de operaciones realizadas en un sistema de contabilidad los cuales están referidos a cuentas, cargos y créditos a las mismas,

activos, pasivos y capital, resumen del funcionamiento de los débitos y créditos, registro de las operaciones, cuentas por cobrar y pagar, el diario, el mayor sus pasajes, determinación de las cuentas, balanza de comprobación.

En cuanto a los elementos del proceso contable, sostiene Catacora (2012) (23), la contabilidad mide los cambios básicos de los estados financieros en tres elementos del proceso contable, el activo, pasivo y patrimonio, para medir los cambios que suceden en cada uno de ellos, la contabilidad recurre a la ecuación contable. Los activos de una entidad están constituidos por todos los bienes y derechos a una fecha determinada. Los pasivos están constituidos por todas las deudas y obligaciones de la empresa. El patrimonio representa la participación de los propietarios en los recursos de una entidad.

Por su parte Revilla (2011) (24), presenta a los elementos del proceso contable como un sistema total, donde su desarrollo cuenta con el apego al conjunto de principios contables de aceptación general, procedimientos preestablecidos para el desarrollo del proceso del registro contable de las actividades, registros y formularios legales, plan de cuentas, el cual es detalle de las diferentes cuentas que se utilizan para registrar las diferentes transacciones que efectúa la empresa. Por tanto, deberán existir un número suficiente de cuentas para reflejar los activos, pasivos, pérdidas y ganancias que se vayan presentando de

acuerdo a las actividades que desarrolle la empresa.

Al realizar el análisis y posterior contrastación con los autores citados, se asume la posición esgrimida por Catacora (2012) (23), ya que define de manera correcta la operatividad del proceso contable y todas las incidencias que derivan de su aplicación.

3.5 Innovación

En cuanto al punto en referencia, Del Rio Cortina et al., (2012) (26), direccionan su estudio al concepto de innovación, el cual de acuerdo a los autores citados, está relacionado según los estudiosos de la materia, a la creatividad, no obstante consideran pertinente que las organizaciones forjen o sensibilicen a su recurso humano para que innoven constantemente, en la medida que esto suceda los procesos organizacionales serán más idóneos y asertivos, porque se mantendrá la disponibilidad de cambio en su mente, forjando nuevas ideas o iniciativas que harán del proceso un total descubrimiento a la novedad.

Por su parte, para Vélez y Ortiz (2016) (27), la innovación es uno de los elementos clave de la actividad emprendedora. El emprendedor innova mediante la introducción de ideas o la mejora de productos y servicios, mediante la incorporación de nuevas tecnologías, procesos productivos, prácticas de trabajo o formas de hacer negocios. Innovación, es la implementación de esa idea nueva y útil. Es la realización

efectiva que logra un cambio en el sistema, con el propósito de mejorar y perfeccionar algún aspecto de su estructura, contenido o funcionamiento.

De la revisión a los teóricos analizados se evidencia la correspondencia de los conceptos emitidos, porque realmente como lo afirman Vélez y Ortiz (2016) (27), la innovación es uno de los procesos que se constituye en parte del perfil tanto personal como organizacional que garantiza el avance del conocimiento, consolidando los saberes.

3.6 Emprendimiento

El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación. (Formichella et al., 2004, citado por Vélez y Ortiz, 2016) (27).

Por esta razón es frecuente que las investigaciones en emprendimiento adopten teorías populares de otras disciplinas y las hayan adaptado para diversos fenómenos de la iniciativa empresarial. (Matiz, 2013, citado por Vélez y Ortiz, 2016 (27)).

Según Urbano y Toledano (2008) (28), es una forma de pensar, razonar y actuar, vinculada y suscitada por la búsqueda de una oportunidad de negocio. Por su parte, Robbins y Coulter (2005) (6), lo denomina espí-

ritu emprendedor y lo conceptualiza como el proceso mediante el cual un individuo o un grupo empeña sus esfuerzos organizados en la búsqueda de oportunidades para crear valor y crecer, satisfaciendo deseos y necesidades mediante la innovación y la diferenciación, independientemente de los recursos disponibles.

Al analizar los teóricos consultados, se evidencia que el emprendimiento es necesario para apalancar los procesos contables. Ese espíritu innato, ávido de caminar por senderos productivos, suele ser una característica del innovador.

3.7 Proyectos de innovación y emprendimiento. Aspectos relevantes

De acuerdo a los planteamientos esbozados por Rodríguez et al., (2014) (29), citado a (Gámez y Saiz, 2012), está demostrado que el innovador en su constante idea de crear ideas originales que garanticen o promuevan nuevos emprendimientos enfocados a conseguir oportunidades de negocios productivos para quien decide emprender, organiza proyectos que resalten esa fundamental característica. De igual forma, Urbano y Toledano (2008) (28), en este sentido, precisan la necesidad de crear para garantizar de esta manera nuevas oportunidades de negocios, que pueden ser forjados por aquellas personas que creyeron en sus ideas. Todo lo cual resalta en las nociones contenidas en el triángulo de innovación (Banco Interamericano de Desarrollo – BID-, 2013) (29), el cual estructura como parte de sus ángulos a los

emprendedores, inversionistas, además del talento. En este sentido, el acompañamiento, así como constante monitoreo a los emprendedores es esencial para que la idea surgida pueda concretarse en un proyecto ejecutado de manera exitosa.

Razones por las cuales, al realizar la factibilidad económica del proyecto para presentarlo ante el posible inversionista, es necesario realizar el correspondiente análisis financiero, tanto de una organización como de un proyecto, adicionalmente la revisión de la documentación que debe acompañar la solicitud a la cual hay que adjuntarle el estudio donde se evidencie el segmento al cual está dirigido, utilidad de los posibles resultados y el cronograma de trabajo (Universidad EAFIT, 2006, citado por Rodríguez et al., 2014) (29).

Por otro lado, y a manera de complementar lo expuesto, para Cuadros (2016) (30), la gerencia de proyectos provee herramientas para gestionar la construcción de entregables, tareas y recursos necesarios para que los proyectos finalicen exitosamente. Tradicionalmente el éxito en esta disciplina ha consistido en ajustar la ejecución del proyecto a la llamada Línea base, la cual define el tiempo, el costo y el alcance del proyecto. Sin embargo, con los avances en el campo administrativo, poco a poco este concepto se está desdibujando para inscribirse en otros ámbitos, al parecer más prácticos y eficaces: más que preguntarse si el proyecto se hizo en el tiempo, con el presupuesto y el alcance definido, se debe

examinar: ¿qué valor aporta el proyecto a los stakeholder?.

De lo expuesto se evidencia que Cuadros (2016) (30), es el autor que más se acerca a lo que debe ser la orientación de los proyectos de innovación y emprendimiento, al considerar en su definición la gerencia de proyectos en su totalidad con cada uno de sus componentes.

4. Conclusiones

Al analizar los sustentos teóricos esbozados por los diferentes estudiosos del área, es posible concluir que cada una de estas herramientas expuestas en sus argumentos, da soporte a la gestión de una organización, porque facilitan el seguimiento y control de las operaciones contables, que se llevan a cabo de manera diaria o permanente. Significa entonces, que su aplicabilidad viabiliza de una manera eficaz la oportuna información para una acertada toma de decisiones. Por ello, conocerlas es necesario, para poder apalancar tanto operativamente como desde el punto de vista financiero los procesos contables que se cumplen en cualquier tipo de organizaciones. No obstante, en este caso en específico, en la ejecución de proyectos de innovación y emprendimiento.

De igual forma, al examinar las herramientas convencionales, utilizadas en todos los tiempos y aquellas soportadas por las tecnologías de la información y comunicación, se pudo evidenciar que ambas se complementan, porque sustentan su accionar en

una total correspondencia, debido a que básicamente sus componentes son los mismos, cambia, entonces el soporte tecnológico que involucra a las innovadoras herramientas y la forma como se hace.

Referencias

1. Baena, D. Análisis financiero. Enfoque y proyecciones. Colombia: ECOE Ediciones; 2014.
2. Hernández, R., Fernández C., Baptista, P. Fundamentos de la investigación. Sexta edición. México: Editorial Mac Graw-Hill/Interamericana; 2017.
3. Pelekais, C; El Kadi, O; Seijo, C; Neuman, N. El ABC de la Investigación. Guía Didáctica. Séptima edición. Maracaibo. Venezuela: Ediciones Astro Data S.A; 2015.
4. Arias, F. El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica 7° Edición. Editorial Episteme. Caracas Venezuela; 2016.
5. Sabino, C. El proceso de investigación. Caracas. Venezuela: Editorial Panapo. 2014.
6. Robbins, S; Coulter, M. Administración. México: Pearson Educacion; 2005.
7. Galeano, V. Las estrategias financieras como herramienta en la toma de decisiones. Paraguay; 2011.
8. Franklin, E. Auditoria administrativa: gestión estratégica del cambio. México: Pearson Educación; 2007.
9. Florez, J. Proyectos de inversión para las PYME. Colombia: ECOE Ediciones; 2014.
10. Turner, L; Weickgennant, A. Accounting information systems, Nueva York: Wiley; 2008.
11. Regojo, R; Tormo, R. La conversión de datos en el software contable, Estrategia Financiera, 2008.nº 248: pp. 36-40.
12. Díez Lobo, T. Sistemas de información para la nueva reforma contable, Estrategia Financiera, 2008. nº 248: pp.44-48.
13. Durán, Y. Contabilidad bajo el enfoque de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC`s). Estudio basado en la Pyme del sector salud privado, municipio Valera estado Trujillo Venezuela. 2015. Visión Gerencial, núm. 1, enero-junio: pp. 53-88.
14. Riascos, S; Aguilera, A. Herramientas TIC como apoyo a la gestión del talento humano. 2011. Cuadernos de administración. Universidad del Valle. 27 No. 46, julio- diciembre: P.p, 141-154.
15. Publicaciones vértice S.L. E-Commerce: aplicación y desarrollo. España: Editorial Vertice; 2010.
16. Saavedra, A. Análisis y diseño de un sistema E-Commerce para la gestión de ventas: Caso empresa World of cakes. Tesis de grado. Universidad de Piura. Ecuador; 2016.
17. Confederación de empresarios de Andalucía. Confederación de empresarios de Andalucía. Obtenido de Confederación de empresarios de Andalucía. 2 0 0 6 . Disponible en: <http://www.cea.es/upload/ebusiness/modelos.pdf>.

18. Gitman, L. Principios de Administración Financiera. México: Editorial Pearson Educación. Décimo segunda edición; 2012.
19. Córdoba Padilla, M. Gestión financiera. Bogotá. Colombia: ECOE Ediciones; 2012.
20. Pérez, L. y Caso, M. Auditoria de estados financieros. Teoría y práctica. México: Mc Graw-Hill. México; 2014.
21. Paredes, J. Planificación financiera ante la perspectiva organizacional en empresas cementeras del estado Zulia-Venezuela. 2017. *Económicas CUC*, 38(1): 105-132.
22. Lawrence, J y Chad, J. Principios de Administración Financiera. México: Pearson Educación: 2012.
23. Catacora, F. Contabilidad. Venezuela: Red Contable Publicaciones: 2012.
24. Revilla, L. Adopción de VEN/NIF PYME. Venezuela: Baker Tilly: 2011.
25. Espiñeira, S. Adopción de las VEN-NIIF para PYMES. Venezuela: Pricewaterhouse Coopers: 2010.
26. Del Rio Cortina, J; Cardona, D; Pérez, I. Desarrollo de actividades de emprendimiento con innovación y responsabilidad social en los Hoteles de la ciudad Cartagena de Indias. 2012. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*.
27. P.p 113-124. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5109395.pdf>. Consultado octubre 2018.
28. Vélez, X; Ortiz, S. Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. 2016. *Revista científica Dominio de las Ciencias*. Ecuador 2, núm. 4, oct., pp. 346-369.
29. Urbano D; Toledano N. Invitación al emprendimiento. Barcelona: Editorial UOC: 2008.
30. Rodríguez, G; Viña, Á; Rodríguez, L. Apoyo al emprendimiento: De la teoría a la práctica. 2014. *Rev. esc. adm.neg.* No. 76. Pp. 128-143. Bogotá. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n76/n76a08.pdf>
31. Cuadros, A. Importancia y panorama general de la gerencia de proyectos en Latinoamérica. 2016. *Revista Ciencias Estratégicas*. Vol. 24 - No. 36 (julio – diciembre). P.p 265-267.

*Factors that Affect
the Sustainability of
Entrepreneurships of Actors
of the Popular and Solidarity
Economy, Supported by
National and International
Cooperation in Chimborazo*

Factores que Inciden en la Sostenibilidad de Emprendimientos de Actores de la Economía Popular y Solidaria, Apoyados por la Cooperación Nacional e Internacional en Chimborazo

AUTOR: G. P. Pérez Erazo (1), J. M. Ponce Franco (1), E. R. Carrillo Parra (2), J. L. López Salazar (1), L. C. Hidalgo Viteri

1. Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
2. Carrera de Finanzas y Comercio Exterior, Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
3. Carrera de Marketing, Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

RESUMEN

A través de la presente investigación se determinaron factores que apuntalaban y afectaban la sostenibilidad, de varios emprendimientos de actores de la economía popular y solidaria, asistidos por la cooperación de instituciones públicas y privadas. Para determinar dichos factores se realizó un estudio de casos de experiencias de emprendimientos en la provincia de Chimborazo. Se identificaron cuatro casos de éxito y tres casos de no éxito. Los casos de éxito estudiados pertenecen a los subsectores de plantas medicinales, de los cantones Colta, Riobamba y Guamote y al subsector de los lácteos del cantón Guamote. Se estudió a la Asociación de Productores de Plantas medicinales "Jambi Kiwa", al Centro de Desarrollo Indígena "CEDEIN". Por otro lado, se estudió la producción, transformación y comercialización asociativa de productos lácteos del cantón Guamote. Los casos de no éxito analizados fueron: la Planta de Deshidratados de vegetales de la Comunidad de Cintaguzo y la planta procesadora de leche "ECOLAT" de la parroquia Columbe del cantón Colta, y la Planta de Procesadora de Leche de la comunidad Gahuin del cantón Pallatanga. También se investigaron aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales que de una u otra forma incidieron en la sostenibilidad de los emprendimientos estudiados.

RESUMEN

Through this research, factors that underpinned and affected the sustainability of various enterprises of popular and solidarity economy actors, assisted by the cooperation of public and private institutions, were determined. To determine these factors, a case study of the experiences of enterprises in the province of Chimborazo was conducted. Four cases of success and three cases of unsuccess were identified. The success cases studied belong to the subsectors of medicinal plants, the cantons Colta, Riobamba and Guamote and the dairy subsector of the Guamote canton. The Association of Producers of Medicinal Plants "Jambi Kiwa", the Center of Indigenous Development "CEDEIN" was studied. On the other hand, the production, transformation and associative marketing of dairy products of the Guamote canton was studied. The cases of unsuccessfulness analyzed were: the Dehydrated vegetable plant of the Cintaguzo Community and the milk processing plant "ECOLAT" of the Columbe parish of Colta Canton, and the Milk Processing Plant of the Gahuin community of Pallatanga canton. We also investigated social, economic, environmental and cultural aspects that in one way or another affected the sustainability of the enterprises studied.

Palabras claves:

Sostenibilidad, emprendimiento, cooperación, economía popular y solidaria

Keywords:

Sustainability, entrepreneurship, cooperation, popular economy and solidarity

1. Introducción

Procurando de reducir la pobreza, agregar valor a la producción agropecuaria y generar empleo para la población rural (entre otros objetivos), diferentes actores públicos y privados han efectuado acciones tendientes a implementar emprendimientos asociativos y comunitarios en el sector rural de la provincia de Chimborazo. Al respecto, el problema central que se identifica en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo es la “Débil Transformación de la Producción Agropecuaria”, (GADPCH, s.f.: 333), situación que según el citado documento se genera debido a los “escasos incentivos locales para sector agroalimentario”, “la baja inversión en el sector agropecuario”, “la Inadecuada cantidad y calidad de los productos agropecuarios”, y “la deficiente aplicación de políticas de mercado”. A su vez, las causas en mención provocan “el desaprovechamiento de la producción local”, “el desinterés y desmotivación para formar industrias”.

En el sector rural de la provincia de Chimborazo, durante varias décadas se han formulado y ejecutado proyectos de desarrollo rural, a través de los cuales se han implementado emprendimientos asociativos y comunitarios, que entre otros propósitos pretendieron contribuir a erradicar la pobreza, mejorar los ingresos de las familias campesinas (indígenas y mestizas), agregar valor a la producción rural y mejorar la competitividad de las ac-

tividades económicas rurales. Los citados proyectos fueron formulados, ejecutados y evaluados por Instituciones públicas, y por organismos de cooperación nacional e internacional.

Los emprendimientos apoyados por la cooperación de agentes externos, provocaron diversos efectos e impactos en los “actores locales” (comúnmente denominados beneficiarios) y en los territorios en los que se ejecutaron. En el presente artículo se identificaron varios factores que apuntalaron o afectaron sostenibilidad de los emprendimientos de actores de la economía popular y solidaria.

2. Objetivo del Estudio

Identificar factores que inciden en la sostenibilidad de emprendimientos de los actores de la economía popular y solidaria, apoyados por la cooperación pública y privada nacional e internacional, para mejorar el diseño e implementación de estrategias de intervención de organismos públicos y organizaciones no gubernamentales (ONG) nacionales e internacionales.

3. Materiales y Métodos

Se utilizó el muestreo no probabilístico, a partir del cual se estudiaron casos de emprendimientos de actores de la economía popular y solidaria, apoyados por la cooperación pública y privada nacional e internacional. Para levantar la información se utilizaron instrumentos y técnicas participativas, como las entrevistas a grupos focales, la entrevista a actores claves, la

comunicación oral semi estructurada, entre otras.

Las entrevistas se efectuaron a:

- Líderes y / o dirigentes de los casos estudiados, para lo cual se utilizó un cuestionario con más de 40 preguntas divididas en las siguientes secciones: Organización, Iniciativa Productiva, Producción y Apoyo Técnico y Tecnológico.
- Entrevistas a actores locales relevantes tales como autoridades o técnicos de instituciones locales

A partir de la información recogida y analizada se efectuó un análisis cualitativo explicativo de los casos estudiados.

4. Desarrollo

En el presente artículo se identifican los factores que incidieron en la sostenibilidad de emprendimientos implementados con el apoyo de organismos públicos y privados. Dichos factores se determinaron a través del estudio de casos, y de analizar información de los territorios en los que localizan o localizaban dichos emprendimientos. A través del presente artículo, se pretende aportar con criterios para el diseño, implementación y evaluación participativos de emprendimientos de actores de la economía popular y solidaria, que se generen en el país.

Identificación de cuatro localidades y/o casos exitosos y no exitosos, que permitieron identificar Factores y/o características

impulsoras y restrictivas para el desarrollo local.

Se identificaron emprendimientos (dos exitosos – y dos de no exitosos) que se implementaron con apoyos económicos y técnicos de similares características. Esta actividad se efectuó, en base a consultas a actores locales claves, y al análisis de información secundaria recogida en varias instituciones.

Casos de éxito

- **Producción, procesamiento y comercialización de plantas medicinales en los cantones Riobamba, Colta y Guamote.**

Se entrevistó a representantes legales y dirigentes de la Asociación de Productores de Plantas Medicinales y Aromáticas Jambí Kiwa, localizada en la comunidad Santa Cruz de la parroquia Yaruquies del cantón Riobamba y a los miembros del Centro de Desarrollo Indígena (CEDEIN), ubicado en la parroquia Villa Unión del cantón Colta.

- **Producción familiar y comercialización asociativa de derivados lácteos en el cantón Guamote.**

Se procedió a entrevistar a varios actores claves a nivel público y privado del cantón Guamote. En el ámbito público se entrevistó al alcalde del cantón Guamote y en el ámbito privado se entrevistó a representantes de la Asociación de Queseros Páramos Andinos, de la Asociación de Queseros de Guamote, al gerente de microempresa fa-

miliar “El Pucareño” y al propietario de la empresa “Lácteos Urquizo”.

Según la información contenida en el componente “Económico - Productivo” del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Guamote, parte de los suelos del cantón Guamote poseen vocación agrícola y pecuaria. Hace alrededor de 50 años la población del cantón se dedicaba principalmente al cultivo de papas, cebada, zanahoria, arveja, entre otros. Los bajos precios de los productos agrícolas en el mercado local y provincial, desalentó la producción en mención, ante lo cual, los agricultores se orientaron a la producción de ganado lechero y un pequeño grupo de los productores agrícolas incursionaron en producción de queso fresco, queso mozzarella, yogurt, entre otros. La producción de lácteos del cantón Guamote ha ganado espacios en el mercado provincial y nacional, lo que permitió que se generen fuentes de empleo en dicho cantón.

Casos de no éxito

Luego de investigar sobre casos emblemáticos de no éxito en la provincia de Chimborazo y por el impacto que estos tuvieron en los actores locales involucrados, se estudiaron las siguientes experiencias:

- Planta de deshidratados de la comunidad de Cintaguzo de la parroquia rural Columbe del cantón Colta
- Empresa de lácteos “ECOLACT” de la comunidad San Martín de la Parroquia rural Columbe del cantón Colta

- Planta de procesamiento de la Asociación de Productores Lácteos de la comunidad Gahuin del cantón Pallatanga.

Del análisis de los citados casos, se detectaron aspectos que contribuyen a la sostenibilidad y factores que afectan la sostenibilidad de los emprendimientos estudiados.

El total de casos estudiados fue de ocho, pero, a modo de ejemplo se presentan dos casos destacados, uno de éxito y uno de no éxito, en los cuales se resaltan los aspectos relevantes contenidos en los otros casos. Seguidamente, se presenta el caso de éxito de La Asociación de Productores de Plantas Medicinales y Aromáticas Jambi Kiwa y el caso de la Planta de Procesamiento de Leche de la Comunidad Gahuin del cantón Pallatanga, en el mismo que se identifican factores que sobre todo afectaron la sostenibilidad de dicho emprendimiento.

Casos Estudiados

Caso de éxito: Asociación de Productores de Plantas Medicinales y Aromáticas “JAMBI KIWA”.

La información a continuación presentada se sustenta en la entrevista efectuada a la Señora Gerente General de “JAMBI KIWA”.

Antecedentes.- En Santa Cruz, Parroquia Yaruquíes del Cantón Riobamba en el año de 1999 se creó la Asociación de Produc-

tores de Plantas Medicinales “Jambi Kiwa”, que fue creada para cultivar, procesar y vender plantas medicinales y aromáticas. Fue fundada por un grupo de mujeres mayoritariamente indígenas, quienes, para mejorar sus condiciones de vida, se apoyaron en el conocimiento indígena, en formas tradicionales de la actividad comunitaria y en el espíritu de resistencia, el mismo persegue la lucha contra la pobreza y la discriminación. Las socias se enfocaron en mantener y aumentar las potencialidades locales, para cimentar las relaciones comerciales con mercados nacionales e internacionales.

El éxito de Jambi Kiwa se basa en la movilización de una amplia gama de activos de la comunidad, mismos que a su vez fueron utilizados para captar importantes recursos externos. Esta iniciativa fue conducida por un grupo altamente motivado de las líderes indígenas, quienes han logrado crear importantes nexos con actores internos y externos, con el propósito de lograr el desarrollo sustentable desde las comunidades a las que se pertenecen. El negocio realizado por Jambi Kiwa, tuvo el apoyo de la Corporación de Promoción de Exportación e Inversión de Ecuador (CORPEI) y la Organización de Estados Americanos (OAS). Con la finalidad de fortalecer su organización, Jambi Kiwa aprovecha oportunidades en mercados locales e internacionales y exporta sus productos a Francia, Holanda, España, Alemania y Canadá.

Cuentan con la certificación de “Comercio Justo”, certificado por Max Habeler¹. En el mercado nacional, Jambi Kiwa, vende sus productos a las empresas como la Compañía Ecuatoriana del Te (CETCA) y a la cadena Supermaxi.

Estructura de la organización

De las comunidades en las que trabaja Jambi Kiwa se han reclutado de 5 a 15 familias, mismas que tienen un delegado de la comunidad para las organizaciones zonales (4 zonas). Cada organización zonal tiene 2 o 3 delegados al concejo administrativo de la organización. El directorio está integrado por una (o) presidenta (a), una (un) vicepresidenta (e), una tesorera (a), y una (un) pro tesorera (o). Cada zona tiene vocales principales y suplentes y una comisión de control. Las reuniones se efectúan el último viernes de cada mes y las reuniones zonales la primera semana de cada mes, cada 2 años se cambia el directorio. La organización está integrada por más 250 familias productoras bajo la siguiente estructura.

1 Informe de Mapeo de Actores de la Cadena de Hortalizas en Riobamba – Chimborazo noviembre 2009, Gobierno provincial de Chimborazo

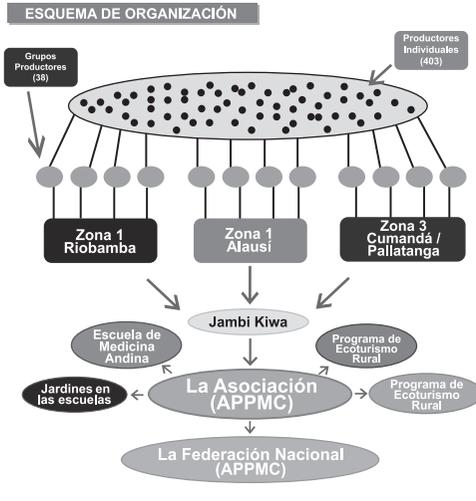


Figura 1:
Estructura
Organizacional
de Jambí Kiwa
Fuente:
Investigación
de campo.

Resultados económicos de Jambí Kiwa

En sus inicios, Jambí Kiwa vendía 9000 dólares de los Estados Unidos de Norte América (USD) anuales. En años recientes, los costos totales de operación, administración y comercialización de Jambí Kiwa bordean los USD 83.000 anuales y las ventas los USD 250.000 anuales.

Factores que favorecieron la sostenibilidad del emprendimiento

- Según las y los miembros de la organización los factores que favorecieron la sostenibilidad son:
- Participación y formación de líderes populares en los grupos de base de la iglesia católica liderada por Monseñor Leónidas Proaño.
- Involucramiento en varios miembros de Jambí Kiwa en los procesos de acceso a la tierra a través de la reforma agraria.
- Fuerte liderazgo de parte de la gerente.
- Liderazgo compartido y rotativo entre

los miembros de la organización.

- Sólida organización en la que prima la transparencia, la participación y la rendición de cuentas a sus miembros o socios.
- Trabajo comunitario solidario.
- Una visión de futuro a largo plazo con un enfoque social claro.
- Retomar y valorar la sabiduría y la cultura tradicional.
- Aprovechar las ventajas locales y los recursos internos tales como los conocimientos en medicina ancestral, el clima y la cultura. Externos como colaboración financiera para capacitación e infraestructura aportada por organizaciones nacionales e internacionales.
- Retomar conocimientos ancestrales y reinsertarlos en sus comunidades.
- Fortalecimiento de relaciones con diversas organizaciones externas, CECL, CSI, CORPEI, EcoCiencia, Organización de Estados Americanos (OEA),

Red Latinoamericana de Productores Rurales (FOMRENA), Unión Europea (UE) entre otras.

- Aprovechar Apoyo financiero para infraestructura, asistencia técnica, registros sanitarios, certificación orgánica, implementación de maquinaria.
- Procesos sostenidos de: organización, producción, capacitación (talento humano) y comercialización.
- El enfoque del trabajo de Jambi Kiwa se basa en las necesidades locales
- Se realizan investigaciones permanentes, las mismas que son puestas en práctica en el campo y en la planta de producción.
- Se aprovecha la diversidad de conocimientos y capacidades de las personas en las organizaciones y en las comunidades.
- La gestión, se la realiza a partir de planificar el desarrollo de la organización y de las comunidades.
- La empresa es administrada por sus propios beneficiarios.
- Se desarrolla un proceso implícito de mejoramiento continuo a través del tiempo.
- Existe participación activa de cada persona perteneciente a la organización en el campo y dentro de la empresa.
- Se aprovecha las oportunidades de mercado a nivel nacional e internacional, tanto en mercados convencionales como de comercio justo.
- En una parte de la sociedad se desconfianza de la medicina occidental y se prefieren las prácticas de la medicina tradicional, propias de la cultura indígena y campesina.

Factores que afectaron la sostenibilidad del emprendimiento

- Rechazo y ridiculización de parte de los profesionales de la medicina occidental a la medicina tradicional.
- La sociedad con su ciencia mata los principios culturales andinos
- La pobreza de los habitantes del sector.
- La mala alimentación y desnutrición debida únicamente al consumo de maíz y trigo.
- La falta de visión y conformismo, sobre todo de los hombres en las comunidades.
- Dificultad para obtener permiso, registros y certificaciones para realizar actos de comercio.
- No se da importancia por parte de las autoridades al conocimiento que tienen las personas en las organizaciones populares, el mismo que se adquirió a través de la autoformación, el diálogo de saberes, el compartir los conocimientos de campesino a campesino y por la experiencia vivida.
- Discriminación de género y racial.
- Descoordinación entre y con autoridades locales.
- Paternalismo y clientelismo político.
- El productor de plantas medicinales no goza de protección para sus productos durante los ciclos de cultivo (seguro agrícola).
- La llegada de la revolución verde con sus insumos químicos que vinieron a afectar en forma dañina la agricultura con sus maquinarias, químicos y tecnología.

Efectos resultantes de las actividades

desarrolladas por Jambi Kiwa

- Mejora en el ingreso económico para los agricultores proveedores de plantas medicinales.
- Capacidad de trabajar y competir con un producto de calidad en mercados nacionales, internacionales, convencionales y de comercio justo.
- Brindar oportunidades a los jóvenes, a través de la generación de empleos locales y evitando la emigración.
- Reafirmar el sentido de pertenencia con y hacia la comunidad, reconociendo el valor del conocimiento indígena dentro y fuera de la Organización.
- Reafirmación de la identidad de los miembros, al crear la escuela de Medicina Indígena.
- Jambi Kiwa desarrolla en el productor un sentimiento de orgullo y satisfacción al sentirse parte de la organización y de ser capaces de lograr cosas importantes.

Caso de no Éxito: Planta de procesamiento Asociación de Productores Lácteos de la comunidad Gahuin del cantón Pallatanga.

La información que se presenta, fue obtenida de la entrevista efectuada a los señores José Shigla y Héctor Altamirano presidente y tesorero respectivamente de la comunidad de Gahuin y de la Asociación de Productores Lácteos de la misma comunidad. La comunidad de Gahuin tiene una población de 170 habitantes, de los cuales 75 son hombres y 95 son mujeres. Los entrevistados, mencionaron que los pequeños ganaderos de la comunidad de Gahuin, tuvieron la iniciativa de contar con una planta artesanal para el procesamiento

de la leche, en la cual pretendían entregar la leche de forma regular a un precio justo por el litro de la misma.

En Pallatanga, se obtiene una producción de alrededor de 7.790 litros de leche por día, de alrededor de 2.113 cabezas de ganado. El cantón se localiza una Planta procesadora de Lácteos ubicada en la comunidad de Gahuín Chico. El costo total del proyecto de la planta de producción fue de USD 227.579,44. A través de la citada inversión se procuraba beneficiar a las siguientes comunidades: Galán, Santa Isabel, Gahuín Grande, Las Rosas, Tacón, Jalubí, Bayampamba, Gahuín Chico y Buschud e involucrar a un total de 340 jefes de familia. Cabe mencionar que la planta de producción de la citada asociación quebró y lleva parada y deteriorándose por más de 15 años. En la zona en mención, el ganado de leche produce en promedio de 10 lts. / día. Los productores realizan un manejo semi-tecnificado de la explotación lechera. Varios productores poseen ganado con un promedio 5 lts/día, debido a la baja genética del ganado y al deficiente manejo de la nutrición y sanidad de los animales. El precio de la leche en la comunidad oscila entre los USD 0,28 y los 0,41.

La economía de las familias de Gahuin Chico se basa en la producción agrícola y pecuaria, pero un número significativo de jefes de familia, emigran a diferentes ciudades a laborar en actividades de construcción, como albañiles. Los principales gastos en los que incurren las familias son: alimentación, educación, salud, producción y transporte. La comunidad está con-

formada por la Asamblea Comunitaria, por el cabildo, el presidente, vicepresidente, secretario, tesorero y 3 vocales.

Factores que favorecieron la sostenibilidad del emprendimiento

- Participación activa de los integrantes de la asociación.
- Materia prima para elaborar productos lácteos.
- La producción de leche es una actividad económica importante en la zona.
- Disponen de recursos ambientales, humanos y económicos para la producción de leche.
- La organización se ha fortalecido porque las personas se han capacitado en el manejo del ganado lechero.
- Existe participación de los integrantes de la asociación.
- Existe motivación para emprender en proyectos que beneficien al sector agropecuario.
- Aprovechan la capacitación que ofrecen las ONGs para mejorar la producción.
- Aprovechan las oportunidades que contribuyan al desarrollo pecuario de la localidad.
- La población mantiene la identidad indígena y campesina.
- El orgullo por la tierra y la producción es fuerte.
- Están conscientes que deben trabajar en favor de las nuevas generaciones.
- Colaboración de técnicos de las ONG's para la capacitación en la producción y procesamiento de la leche.

Factores que no favorecieron la sostenibilidad del emprendimiento

- No se cuenta con conocimientos sobre procesamiento y comercialización de productos lácteos.
- El estudio de factibilidad del proyecto no fue efectuado de acuerdo a la realidad de la comunidad y contenía múltiples deficiencias técnicas, que distorsionaron la toma de decisiones sobre la implementación de la planta.
- El ganado de leche es vulnerable frente a diferentes enfermedades.
- La comunidad tenía una baja capacidad de gestión y dependían de agentes externos, cuya actuación defraudó y dividió a las comunidades.
- Recursos económicos limitados
- Controversias entre proveedores por precio de leche, se generaron conflictos entre los miembros de las distintas comunidades
- Capacidades empresariales y técnicas débiles.
- Liderazgo débil. Luego del fracaso del proyecto, los dirigentes no logran involucrar de forma adecuada a la población en otro tipo de iniciativas.
- Capacitación técnica a los productores deficiente y poco transparente.
- Los técnicos imponían sus criterios, no transparentaban las cuentas, se provocaron pérdidas económicas y se resquebrajaron las relaciones entre los miembros de las comunidades
- Las instituciones públicas no se responsabilizaron por defender los intereses de la comunidad
- Desacuerdos entre instituciones públicas para implementar el proyecto

- Intervenciones ex temporáneas de instituciones públicas y privadas (Ej.: se trabaja en manejo del ganado lechero, varios años después que la planta de procesamiento de leche quebró)
- Predominaron los Intereses políticos antes que los intereses de las comunidades.
- El proyecto inducido desde fuera de la comunidad y era visiblemente sobre dimensionado a la realidad local
- No se respetó la visión, las necesidades ni las decisiones de las comunidades
- Inducción exógena que no midió las capacidades locales para la implementación de proyectos de transformación de materias primas locales
- La capacidad instalada de la planta es muy superior a la cantidad de materia prima que existe en el sector
- La infraestructura de la planta adolece de serios defectos en su diseño, los mismos que no garantizan un procesamiento higiénico de la leche y por tanto la obtención de productos de calidad
- Los equipos y las instalaciones de vapor no garantizan la seguridad del personal y la calidad de los productos
- La organización de las comunidades mejora en favor de los comuneros y comuneras.
- Los comuneros están capacitados en el manejo técnico del ganado lechero.
- Se viene elevando la autoestima de las personas, (la autoestima de las personas se ha elevado por la mejora en la producción familiar de leche, no por el resultado obtenido con la planta de procesamiento de leche)

Resultados negativos

- Luego del fracaso de la planta de procesamiento de leche, sienten desconfianza por los apoyos externos, sobre todo si vienen del sector público. Sienten que se colocaron recursos de forma irresponsable, los mismos que dividieron a las ocho comunidades y a sus miembros
- Sienten que fueron utilizados por los políticos y por los técnicos que montaron el proyecto
- Su autoestima se vio afectada porque no se respetó sus decisiones, antes, durante y después que se implementó la planta de procesamiento de leche
- A partir del fracaso del proyecto, en algunas personas se ha incrementado el individualismo.

La investigación y análisis comparativo de casos efectuados permitió identificar los siguientes Factores impulsores y restrictivos para el desarrollo local

Resumen de los dos casos

A continuación, se presenta un resumen de los factores impulsores y restrictivos conte-

Resultados positivos

- Se sienten orgullosos por la producción de leche (pese al fracaso de la planta de procesamiento de leche, las familias productoras, creen que de forma individual han mejorado la producción de leche tanto en volumen como en calidad, hecho que les genera orgullo
- El liderazgo se está fortaleciendo debido a los aprendizajes vividos.

nidos en los casos estudiados

Factores que favorecieron la sostenibilidad en los casos de éxito

- Las ideas de emprendimientos parten de la necesidad que tienen las familias indígenas y campesinas, para asegurar ingresos económicos permanentes, para el sustento digno de las mismas, en base a recibir precios justos por sus productos.
- Se desarrolla el conocimiento en base a la investigación y experimentación, con mucha predisposición a la capacitación permanente buscando, por medio de técnicas como la “Mejora Continua”, obtener productos de excelente calidad.
- Las organizaciones tienen una visión clara, en algunos casos con enfoque ecológico y social, en base a la cual se establecen líneas estratégicas que marcan la ruta para alcanzar sus objetivos.
- Las organizaciones campesinas que ejecutan un proyecto, enfocan su trabajo en base a oportunidades y necesidades locales.
- Se utiliza de buena manera el apoyo tanto financiero como técnico de organizaciones nacionales e internacionales, los cuales generalmente estaban dirigidos para capacitación, comercialización, equipamiento e infraestructura.
- Una buena y fortalecida organización, regida por la transparencia, participación y rendición de cuentas en la cual participan activamente cada miembro de la organización y de la comunidad, genera confianza entre sus miembros y se trabaja en pos de alcanzar objetivos comunes.
- Existe mejora sostenida en el proceso de producción y comercialización con el fin de elaborar productos de calidad que compitan, con productos locales, en la comercialización a nivel nacional
- Un fuerte liderazgo, en algunos casos ejercida por una sola persona y en otros este liderazgo es compartido y rotativo como es el caso de CEDEIN. En ambos casos este liderazgo es responsable y motiva a las personas de las organizaciones.
- Las personas involucradas en los procesos productivos exitosos, tienen un fuerte sentido de identidad que incrementa el valor de la autoestima a nivel local. Al respecto, se generaron pequeños, pero continuos resultados económicos exitosos, los que generaron confianza en la gente para involucrarse en dichos procesos.
- En el caso de territorios exitosos, las instituciones religiosas (iglesia católica y evangélica) tuvieron un papel sumamente importante en organización y desarrollo de las comunidades, ya que desplegaron un trabajo en favor de la reivindicación y la autoestima de las personas y las comunidades. Este trabajo se desarrolló a partir de actividades de evangelización, tales como campañas misionales, congresos religiosos, estudios bíblicos, entre otros.
- Se establecen lazos de confianza entre proveedores y empresas en base a la honestidad y pago puntual.
- El empoderamiento se genera en las personas, por su participación desde

que nace la idea del proyecto; esta participación continua y crece en el diseño y ejecución del proyecto.

- En los casos de éxito, los logros obtenidos generan en las personas de la localidad un sentimiento de orgullo por su localidad y por su trabajo, este aspecto les motiva a incursionar en nuevas actividades o proyectos que mejoren la calidad de vida.

Factores que no favorecieron la sostenibilidad en los casos de éxito

- La organización que existió en la comunidad al inicio del proyecto fue débil y con baja capacidad de gestión, tornándola dependiente de personas externas
- El uso inadecuado de la tierra que provoca pérdida de la capa fértil, a decir de los entrevistados. Este fenómeno se agudizó, con implementación de las estrategias de la revolución verde que con sus técnicas e insumos químicos afectó aún más los cultivos y la tierra.
- Falta de capacitación en el manejo de los cultivos, animales, cosecha, Pos-cosecha, procesamiento, control de calidad, comercialización, aspectos que generan productos de mala calidad
- Las políticas de organizaciones tanto nacionales como internacionales no acordes a la realidad local. Se diseñan intervenciones sin considerar las capacidades y realidades locales. Los entrevistados manifestaron que sienten que no se toma en cuenta la riqueza de conocimientos locales. Este aspecto provoca un creciente distanciamiento entre las instituciones y las poblaciones.
- Dificultad para obtener permisos, registros y certificaciones para realizar actos de comercio.
- Infraestructura y equipos inadecuados que no cumplen con los requerimientos técnicos, dando como resultado la elaboración de productos de mala calidad.
- Estudios de factibilidad no acorde a la realidad local, con serias deficiencias técnicas y direccionamiento a quien sería el proveedor de equipos. Deficientes estudios de mercado elaborados para justificar la intervención y no el éxito de proyecto. Lo manifestado deja ver que hubo una fuerte inducción externa hacia los actores locales.
- Descoordinación entre los diferentes niveles de gobierno, predominando los intereses políticos, sin tomar en cuenta las necesidades reales de la comunidad.
- Las capacidades técnicas y empresariales fueron débiles, no se hizo un proceso continuo de capacitación durante la implementación de los proyectos, este aspecto debilitó aún más las capacidades locales y la autoestima de los involucrados.
- En el caso de las comunidades de San Martín, Cintaguzo y Gahuin, existió un liderazgo débil, debido entre otras cosas al escaso tiempo del que disponían los dirigentes para realizar su gestión (el cabildo es renovado cada año)
- La visión que se tenía de la iniciativa o proyecto no fue clara, se tenía expectativas sobredimensionadas a la realidad local. Este fenómeno se generó por las ideas inducidas por los técnicos de las

instituciones que intervinieron en las comunidades.

Cabe anotar que tanto en los casos de éxito y como en los de no éxito se encontró que coexisten Factores restrictivos y Factores impulsores, en unas ocasiones de forma simultánea y en otras ocasiones de forma alternada. A través de la investigación se pudo determinar que la presencia de los Factores impulsores en los casos de éxito fue más fuerte que la de los Factores restrictivos, exactamente lo contrario ocurre en los casos de no éxito. Es importante señalar, que la presencia de los Factores en los distintos casos estudiados es de diferente intensidad y de diferente duración en el tiempo.

Resultado y Discusión

Recopilación y análisis de los procesos de aplicación y surgimiento de las características relevantes en los casos estudiados

Para recopilar y analizar procesos de aplicación y surgimiento de las características relevantes en las experiencias estudiadas se aplicaron matrices de percepción y entrevistas a actores claves. Las entrevistas efectuadas a actores claves directos e indirectos y los talleres con grupos focales, fueron filmados (más de 30 horas de filmación), con el propósito de recoger de forma objetiva los testimonios las personas involucradas en cada experiencia. A continuación, se detalla las conclusiones:

Casos de éxito

- Procesos sostenibles se generan cuan-

do se motiva la movilización social, y se trabaja en la autoestima, orgullo identidad y pertinencia de las personas. Es importante mencionar que en estos procesos se deben identificar liderazgos sanos y procurar desarrollar sinergia social, que permita fijar visiones potentes y de largo plazo.

- En el caso del CEDEIN, el proceso de capacitación agrícola a los líderes comunitarios estaba atravesado por el mensaje religioso de reivindicación del indígena y de salvación de las almas de las personas. Al parecer, estos mensajes se posesionaron en la mente de los líderes y cambiaron la visión sobre ellos mismos y sobre lo que pueden hacer por sí mismos y por los demás, ante lo cual decidieron unir talentos para una tarea de reivindicación y dignificación del pueblo indígena
- Procesos sostenibles se generan o presentan cuando existen encuentros de afinidades entre los líderes comunitarios, sobre aspectos productivos y ambientales, lo que les decide a asociarse para trabajar por una apuesta en favor del pueblo indígena, con convicción de respeto a la madre tierra.
- La necesidad de generar ingresos económicos para la familia, hace que las personas desarrollen ideas sobre el uso de los recursos locales que tradicionalmente han servido para el autoconsumo. Se indaga se investiga el potencial utilitario de los recursos locales y se encuentra el valor que los mismos tienen para algún mercado

- Un aspecto de crucial importancia es el que tiene que ver con el diseño e implementación de proyectos que partan de la iniciativa y necesidades de las personas involucradas. Al respecto, se debe considerar entre otras cosas las capacidades locales, la cultura, las costumbres, las tradiciones de las localidades, etc.
- Procesos sostenibles se desarrollaron cuando los mensajes religiosos sobre vicios como el alcohol calaron hondo en las personas a tal grado que se rompió una cadena de dependencia que existían entre los traficantes de tierras rurales (quienes promovían el consumo del alcohol) y los pequeños y medianos productores indígenas.
- En el caso de Jambi Kiwa, el proceso tiene también un matiz desde lo religioso. Sin embargo, en esta experiencia es el mensaje de Monseñor Leonidas Proaño sobre el espíritu de resistencia y de reivindicación el que se posesiona en las personas, las moviliza a buscar primero el acceso a la tierra y después su desarrollo personal y organizacional.
- Los procesos de surgimiento de aspectos relevantes para el desarrollo local se dan también cuando se moviliza una amplia gama de activos de la comunidad que a su vez fueron utilizados para dinamizar importantes recursos externos
- Otro aspecto que incide en el surgimiento de Factores que favorecen la sostenibilidad, es el mirar y retomar conocimientos ancestrales y reinsertarlos en las comunidades, para aprovechar

las ventajas comparativas y los recursos locales.

- El fortalecimiento de la autoestima de las personas y de las organizaciones genera sentimientos de orgullo y convicción hacia las visiones de las personas y las organizaciones y mueve las voluntades para alcanzarlos.
- El fortalecimiento del rol de la mujer dentro del hogar, de la comunidad y las organizaciones, genera liderazgos fuertes, que posibilita desarrollar procesos de largo plazo y a prueba de no pocos obstáculos.
- Surgen Factores impulsores cuando hay respeto a las ideas que parten de la gente de las comunidades y el respeto a sus criterios garantizan proyectos exitosos, puesto que los comuneros tienden a empoderarse de los proyectos que han nacido dentro de las organizaciones.

Casos de no éxito

- Surgen Factores negativos, cuando se desarrollan visiones exógenas o artificiales alejadas de la realidad local.
- Surgen Factores restrictivos cuando los apoyos al desarrollo local van acompañados de intereses económicos o políticos de quienes los patrocinan y las intervenciones entre las instituciones son desarticuladas.
- Se desarrollan procesos de no éxito cuando los aspectos técnicos de apoyo a las iniciativas locales no consideran ni las capacidades locales, ni se los efectúa de forma meticulosa (ejemplo: maquinarias sin servicio de energía eléctrica).

ca o con instalaciones mal efectuadas o con equipos defectuosos).

- Otro aspecto que surgió de la investigación es el relacionado con la calidad de los bienes o servicios que son proporcionados por proveedores de equipos y maquinarias, los mismos que abusaron del desconocimiento de aspectos legales y técnicos y de la ingenuidad de las organizaciones y entregaron bienes y servicios de dudosa calidad.
- Surgen Factores negativos cuando las iniciativas locales o inducidas van acompañadas de paternalismo o de clientelismo político, aspectos que no contribuyen a desarrollar la autoestima de las personas y, por el contrario, se conduce a la población a un estado de dependencia e inmovilidad de voluntades.
- Surgen Factores negativos por el desequilibrio entre la visión occidental y la visión andina. Este desequilibrio permite que los proyectos se cristalicen en las comunidades, debido a que son ideas que se han implementado como recetas traídas desde afuera.

Análisis de forma comparativa los casos estudiados

Una vez recogida la información primaria y secundaria se determinaron los Factores que incidían en la sostenibilidad de los emprendimientos. A partir de esta información se efectuó el análisis comparativo de los casos estudiados. A continuación, el detalle.

Al realizar el análisis comparativo entre los Factores que influyeron tanto en los casos de éxito (CEDEIN y JAMBI KIWA) y

no éxito (CINTAGUZO), encontramos aspectos de coincidencia y aspectos que los diferencian.

Aspectos coincidentes

- La búsqueda de una mejor calidad de vida.
- Los agricultores quieren el pago de un precio justo por sus productos.
- Se deseaba evitar la migración.
- Los recursos locales tales como: Tierra, talento humano, cultura, tradición. son comunes a los casos de éxito como de no éxito.
- La gente de las comunidades en un inicio se encuentra motivada.
- Todos los casos investigados tuvieron apoyo de agentes externos, en aspectos técnicos como la capacitación en producción y comercialización, además del apoyo financiero para maquinarias o infraestructura.
- En un inicio todas las personas de las organizaciones de los casos estudiados apoyan las iniciativas con su esfuerzo físico y económico para el desarrollo del proyecto.
- No existió coordinación entre los diferentes niveles de gobierno, predominando los intereses políticos, sin tomar en cuenta las necesidades reales de la comunidad.

Aspectos que difieren

Las ideas de emprendimiento

En los casos de éxito los proyectos parten de las necesidades locales y se aprovecha los recursos de la localidad (naturaleza, cultura, talento humano). Al aprovechar los recursos y el conocimiento de la gen-

te, los proyectos fluyen hacia las visiones, la persona se empodera y avanzan sobre los obstáculos que se interponen, porque buscan un fin común: el bienestar de la localidad.

En el caso de no éxito la idea parte de una necesidad local (la venta productos sobre ofertados). Las ideas de emprendimientos por sugerencias externas a la comunidad, son sobre dimensionadas y no se consideran las capacidades para la asumir la gestión empresarial y para gestionar el proceso productivo y comercial.

La Visión. - En los casos de éxito, las organizaciones tienen una Visión clara y con enfoque ecológico y social, en base al cual se establecen líneas estratégicas que marcan la ruta para alcanzar sus objetivos. En el caso de no éxito, la visión no es clara, no va de acuerdo a las necesidades locales. En el caso de Cintaguzo se desarrolló una visión artificial, ajena a la comunidad y sobre dimensionada, con la cual los comuneros no se identificaban, ni la sentían propia.

Organización.- Los resultados son claramente favorables los emprendimientos empresariales, no así, para la organización productivas comunitarias, posiblemente por que priman los intereses personales y políticos o porque la naturaleza de las comunidades no es la apropiada para hacer negocios o desarrollar actividades empresariales.

Liderazgo.- Las organizaciones exitosas gozan de un fuerte liderazgo, compartido y responsable que motiva a los comuneros y miembros de las organizaciones. En el

caso de no éxito el liderazgo es débil, no motiva a las personas de la comunidad en forma permanente.

Participación.- En los casos de éxito, todas las personas de la organización participan en la toma de decisiones y en el desarrollo del proceso productivo. En el caso de no éxito, todas las actividades de los líderes y de la comunidad se desarrollan de forma desarticulada y casi aislada.

Apoyo institucional.- Los casos de éxito y no éxito recibieron apoyo institucional tanto de los gobiernos de turno, como de las instituciones privadas. Un aspecto que marca la diferencia es que las organizaciones exitosas a partir de recibir capacitación se imponían la tarea de investigar sobre su quehacer y el desarrollo de su talento humano.

Infraestructura y equipos.- Las organizaciones que tuvieron éxito supieron gestionar y canalizar el apoyo financiero de las instituciones cooperantes hacia sus objetivos, adquirieron equipos y maquinaria y construyeron infraestructuras de acuerdo a los requerimientos del mercado al que se enfocaron. En el caso de no éxito, tenían escaso conocimiento sobre los distintos aspectos y productos del proyecto. Dirigieron sus esfuerzos hacia conseguir el apoyo financiero y a alcanzar una idea exógena. Se construyó infraestructura inadecuada y la maquinaria que adquirieron difería grandemente de los requerimientos de los procesos productivos de los emprendimientos.

Identidad.- Las personas involucradas en el proceso productivo exitoso, tienen un

fuerte sentido de identidad que incrementa el valor de la autoestima a nivel local. En el proceso productivo no exitoso el sentido de identidad se debilita.

Orgullo.- Las organizaciones cuyo proceso productivo fue exitoso generan en las personas de la localidad un sentimiento de orgullo por su tierra y su trabajo. En el caso no exitoso, se nota un sentimiento de fracaso y pesimismo en las personas de la localidad.

Coordinación.- La coordinación en los casos de éxito fue importante entre los procesadores y los proveedores. Se cuenta con asesoramiento técnico que orienta la coordinación de las acciones que requiere la empresa.

Manejo técnico.- Las empresas que tuvieron éxito, adquirieron maquinaria de acuerdo a sus necesidades, para elaborar productos de calidad, siempre aplicando nuevas tecnologías de producción. En las plantas de producción que no tuvieron éxito, el contratista entregó maquinaria que no cumplió los requerimientos técnicos e incluso no se capacitó a los trabajadores en el manejo de los equipos. En los casos de no éxito la coordinación que existió entre entidades que financiaron los proyectos no fue la adecuada, a tal punto que no hicieron cumplir los contratos a los proveedores.

Migración.- En lo referente a migración, las empresas de éxito han generado fuentes de empleo para los mismos propietarios y para la población en distintos eslabones de la cadena productiva, porque entre

otras cosas, reciben precios justos por la provisión de materia prima. En los casos de no éxito, no han generado fuentes de empleo y los jóvenes ven la necesidad de abandonar su tierra para buscar fuentes de trabajo en las ciudades.

6 Conclusiones

- Las intervenciones deben nacer desde las personas y de las localidades si se desea generar impactos positivos.
- Pese a las experiencias negativas vividas por las personas, se aprecia la sinceridad de las mismas, al comentar sus vivencias en la implementación de los proyectos productivos.
- El amor que siente el hombre andino hacia su tierra puede ser la base para diseñar intervenciones que mejoren la situación de las personas en estado de vulnerabilidad.
- Las instituciones de apoyo por convicción propia, deberían estudiar a profundidad la cosmovisión y la cultura de las comunidades, organizaciones y territorios, para capacitar a sus directivos y técnicos en ese tipo de aspectos, que de acuerdo a la visión occidental pueden aparecer poco importantes, pero que como se demuestra en los casos estudiados tienen un valor inmenso a la hora de diseñar, ejecutar y evaluar intervenciones en favor de las localidades.
- La riqueza cultural de los indígenas y campesinos, que para los habitantes de la ciudad pasa desapercibida e incluso es despreciada, en los actuales momentos de incertidumbre social, económica y ambiental, puede ser decisiva

para potenciar procesos profundos de transformación social en favor del desarrollo social, económico y ambiental del país y del planeta.

- Las intervenciones que desarrollen tanto las instituciones públicas como privadas pueden ser poco valederas, e incluso, nos atrevemos a decir que estarían orientadas al fracaso y por tanto al desperdicio de recursos, si van acompañadas de eslogan o prácticas de discurso, en las que solo se exija el cumplimiento de dichos eslóganes a los actores locales. Nos referimos a temas como transparencia o participación que se exige a los actores locales, pero que es discrecional para las instituciones de apoyo o acompañamiento.
- Respecto a lo mencionado en la conclusión anterior, la transparencia y participación deben ser los ejes mínimos de acción y actuación de cualquier organización pública o privada de apoyo o acompañamiento al desarrollo de los actores locales.

Referencias

- Agencia Japonesa de Cooperación Internacional (JICA) - Movimiento OVOP. (2011). *Identificación de los Patrones Impulsores y Restrictivos de Desarrollo Local y de Procesos de Aplicación, Basado en el Estudio de Casos de Experiencias en la Provincia de Chim.* Riobamba: JICA- OVOP.
- Ander - EGG, E. (2011). *Aprender a Investigar, nociones básicas para la investigación social.* Córdoba: Editorial Brujas.
- Armijo, M. (2009). *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño del Sector Público.* Santiago: CEPAL.
- Carucci, F. (2003). *Planificación Estratégica por Problemas, un enfoque participativo.* Caracas: ILDIS.
- CEDEIN. (2005). *El cuidado de la Ashpamama, sustento de la vida.* Cajabamba: CEDEIN.
- CEDEIN. (2008). *Sistematización Feria Economía Solidaria.* Cajabamba: CEDEIN.
- CEPESIU. (2005). *Diagnóstico De La Economía Del Cantón Colta.* Quito: CEPESIU.
- CEPESIU. (2005). *Diagnóstico De La Economía Del Cantón Riobamba.* Quito: CEPESIU.
- CEPESIU. (2007). *Diagnóstico De La Economía Del Cantón Guamate.* Quito: CEPESIU.
- COMUNIDEC. (2007). *PROYECTO DE INVERSIONES PRODUCTIVAS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO PIDD, EN LAS CUENCAS DE LOS RIOS CHAMBO Y CHANCHAN-CHIMBO.* Quito.
- COMUNIDEC. (2007). *Proyecto de Inversiones Productivas de la Provincia de Chimborazo PIDD, en las Cuencas de los Ríos Chambo y Chanchan-Chimbo.* Quito: COMUNIDEC.
- Consejo Provincial de Chimborazo. (2008). *Informe Acceso a los Mercados de Riobamba.* Riobamba: Consejo Provincial de Chimborazo.
- Consejo Provincial de Chimborazo. (2009). *Informe de Mapeo de Actores de la Cadena de Plantas Aromáticas y Medicinales.* Riobamba: Consejo Provincial de Chimborazo.

- Cuellar, J. C., & Burgwal, G. (1999). *Planificación Estratégica y Operativa, Apicada a Gobiernos Locales*. Quito: Abya Yala.
- Díaz Coutiño, R. (2011). *Desarrollo Sustentable* (Segunda Edición ed.). México: McGrawHill.
- GADPCH . (s.f.). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo*. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo: <http://www.chimborazo.gob.ec/chimborazo/wp-content/uploads/PD-y-OT.pdf>
- Giraldo, J., & Gómez, T. (2005). *Ecología, 105 Ideas Clave*. Barcelona: Editorial Oceano .
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Guamote. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Guamote*. Guamote.
- Gudynas, E. (2003). *Ecología, Economía y Ética del Desarrollo Sostenible*. Quito: Abya Yala.
- Hitt, M., Ireland, D., & Hoskisson, R. (2008). *Administración Estratégica, Competitividad y Globalización, Conceptos y Casos* (Séptima edición ed.). México: Cengage Learning.
- IICA – MCCH – COSUDE. (2001). *Estudio de Mercado de Hortalizas y Quesos*. Riobamba: IICA – MCCH – COSUDE.
- Instituto para el Desarrollo Técnico de las Haciendas Públicas. (2005). *Glosario de Términos para el Proceso de Planeación, Programación, Presupuestación y Evaluación en la Administración Pública*. Guadalajara: indetec.
- JAMBI KIWA. (2008). *La Biodiversidad – Manejo de Plantas*”. Santa Cruz. Riobamba - Ecuador: JAMBI KIWA.
- JAMBI KIWA. (2008). *La Magia de las Plantas, Guía Práctica para Conocer las Plantas Medicinales y sus Propiedades Curativas*. Riobamba: JAMBI KIWA.
- Moncayo, J. R., García, J. G., & Añazco, R. C. (2016). *Reporte de Pobreza por Consumo Ecuador 2006 - 2014*. Quito: INEC - Banco Mundial.
- Novo, M. (2006). *El Desarrollo Sostenible Su Dimensión Ambiental y Educativa*. Madrid: Pearson Education S. A.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Guía metodológica de planificación institucional*. Obtenido de www.planificacion.gob.ec: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/03/GUIA-DE-PLANIFICACION-INSTITUCIONAL.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Guía Metodológica de Planificación Institucional* (Segunda ed.). Quito: SENPLADES.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Buenas Prácticas Ambientales*. Quito: SENPLADES.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo - Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017*. Quito: Semplades.
- Van Hauwermeiren, S. (1999). *Manual de Economía Ecológica*. Quito: Abya-Yala.

ANÁLISIS Y PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA TURÍSTICA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SUSTENTABLE EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, ECUADOR.

AUTOR: M. F. Herrera Chico¹, C. Ricaurte², R. C. Villacrés Arias³

1. Escuela Gestión de Transporte, Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
2. Facultad de Recursos Naturales, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
3. Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

RESUMEN

El artículo analiza los elementos de la actividad turística, y su impacto en el desarrollo sustentable de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Los resultados de la presente investigación, señalan que el desarrollo local y económico, vienen determinados por: 1. Conocimiento de los atractivos turísticos de la ciudad. 2. Número de productos turísticos consolidados a nivel nacional e internacional. 3. Factores institucionales (comunicación entre instituciones, capacitación a prestadores turísticos). Dentro de la investigación, se considera el desarrollo de la localidad, la población, y actividades locales. La investigación se caracteriza por realizar un estudio descriptivo y analítico, recolecta información, observa, estudia y relaciona los hechos. Realiza un análisis de las limitaciones y potencialidades de actividades turísticas y su contribución al desarrollo sustentable de la ciudad de Riobamba. Está orientada a impulsar el crecimiento del turismo, garantizar la identidad de la población, preservar los recursos históricos y culturales, contribuir a la participación activa entre actores involucrados, generar incentivos que contribuyan a la asociatividad y fortalecimiento de vínculos entre instituciones públicas encargadas del sector turístico, y el sector privado, con la finalidad de iniciar un proceso de sensibilización y acciones para que progresivamente se encaminen hacia un turismo sustentable.

RESUMEN

The article analyzes the elements of tourism activity and its impact on the sustainable development of the city of Riobamba, in the province of Chimborazo. The results of the present research indicate that local and economic development is determined by: 1. Knowledge of the city's tourist attractions. 2. The number of consolidated tourism products offered on national and international levels. 3. Institutional factors (communication between institutions, training for tourism providers). Within the research, the development of the locality, the population, and local activities are considered. The research is characterized by carrying out a descriptive and analytical study, collecting information, observing, studying and relating the facts. It carries out an analysis of the limitations and potentialities of tourism activities and their contribution to the sustainable development of the city of Riobamba. It is aimed at boosting tourism growth, guaranteeing the identity of the population, preserving historical and cultural resources, contributing to active participation among stakeholders, generating incentives that contribute to the connectivity and strengthening of relationships between public institutions in charge of the tourism sector and the private sector, with the aim of initiating a process of awareness and actions that are progressively directed towards sustainable tourism.

Palabras claves:

Riobamba, desarrollo sustentable, desarrollo local, turismo, plan estratégico.

Keywords:

Riobamba, sustainable development, local development, tourism, strategic plan.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades económicas con mayor desarrollo. La Organización Mundial de Turismo (OMT), declara que esta actividad contribuye al desarrollo incluyente, sostenible y crecimiento económico. Durante las últimas seis décadas, este sector continúa en expansión y diversificación. Además, es una herramienta para alcanzar los objetivos propuestos por Naciones Unidas, que están encaminados a disminuir la pobreza e impulsar el desarrollo sostenible a nivel mundial. Lo mencionado, en conjunto puede ser fundamental, principalmente en países en desarrollo, en donde los recursos naturales no son explotados, y las acciones económicas de otro tipo que ofrecen un potencial desarrollo sostenible son mínimas, desde el ámbito económico y ambiental (OMT, 2012).

El turismo es catalogado como la actividad que se sitúa dentro de un territorio con connotaciones sociales, culturales y de identidad, es una componente estratégico para el progreso de un lugar específico (Bertoncello, 2002). Cifras presentadas por la OMT, indican que las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial han pasado de 674 millones en el año 2000 a 1.235 millones en 2016, lo que equivale a un incremento del 3.9% con relación al año 2015. Según, perspectivas de la OMT, se que la actividad turística mantendrá una tendencia de crecimiento anual de 3.3%, por tanto, para el 2030 habrá 1.800 millones de turistas (OMT, Organización Mundial de Turismo, 2016). Datos presentados en el año

2016 por World Travel and Tourism Council, exhiben que el sector turístico generó aproximadamente 284 millones de puestos de trabajo, es decir, uno de cada once empleos en el planeta. Expone, además, en el año 2015 que el sector de Viajes y Turismo creció en 2.8%, superando por quinto año consecutivo al crecimiento global de 2.3%. La contribución que ha generado el sector turístico al PIB mundial en el año 2015 fue 9.8% (7,2 billones de dólares), (Council, 2016).

Con respecto a destinos turísticos, América es sin duda una de las regiones con mayor riqueza, sin embargo, el Foro Económico Mundial, indica que, para mantener al sector turístico de Sudamérica en crecimiento, las autoridades locales deben facilitar el desarrollo de negocios, la conectividad, aumentar la seguridad y protección a los turistas.

Ecuador, de acuerdo al Panorama internacional de la OMT, es un país considerado como un destino por descubrir, posee múltiples zonas de gran atractivo, biodiversidad, diversidad cultural de grupos étnicos y lingüísticos. En el año 2016, de acuerdo a cifras presentadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador, la actividad turística dinamizó al país en 285.5 millones de dólares.

Desde el año 2012 el Ecuador se encuentra impulsando el cambio de la Matriz Productiva, la misma que propone cambios estructurales, encaminados hacia nuevas formas de producción, diversificación en

nuevos sectores e inclusión económica, dentro de los desafíos se encuentran la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con mayor productividad, competitivos, sostenibles y sustentables; dentro de este contexto, se incluye al turismo como un sector prioritario para la inversión de recursos públicos y privados.

El máximo elemento de planificación nacional, Plan Nacional del Buen Vivir, incluye al turismo, en el “Objetivo 10: Impulsar la Transformación de la Matriz Productiva”; “Política 10.3: Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios”; enfocada hacia: inclusión económica, interrelación entre el sector público y privado, diversificación y promoción de nuevos sectores con mayor productividad, competitivo, sostenible y sustentable (Planificación, 2013 - 2017).

Actualmente, se ha reconocido al turismo como prioridad y estrategia territorial nacional, con la finalidad de “Promover el desarrollo del turismo a lo largo del territorio nacional considerando las características culturales y paisajísticas de cada región” (SENPLADES, 2013).

La presente investigación aborda la problemática turística del cantón Riobamba, ciudad llena de historia y costumbres. Es un destino turístico esencial para descubrir los principios de la nacionalidad ecuatoriana. El Centro Histórico Urbano con sus edificaciones, parques, monumentos e iglesias de arquitectura del siglo XX, invita a pro-

fundizar el pasado y presente, y la diversidad cultural (Riobamba, 2002). El Centro Histórico Urbano con sus edificaciones, parques, monumentos e iglesias de arquitectura del siglo XX, invita a profundizar el pasado y presente, y la diversidad cultural.

Riobamba ubicado al norte de la provincia de Chimborazo integrado por 11 parroquias rurales y 5 parroquias urbanas. Es una ciudad rodeada por el nevado Chimborazo, Carihuayrazo, Tungurahua, El Altar y los Cubillines, de acuerdo a proyecciones al año 2016, cuenta con 255.766 habitantes (INEC, 2010-2020). Cuenta con una extensión de 968.29 km².

La población económicamente activa (PEA) del cantón es de 54.7%. Las principales actividades económicas son: agricultura y ganadería 21.5%, comercio al por mayor y menor 19.1% (siendo una actividad con ingresos variables); y el servicio de alojamiento y comida 3.7%. La pobreza en el cantón Riobamba por NBI representa el 46.5% en relación a la provincia de Chimborazo. (INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010)

El Análisis y propuesta de una estrategia turística y su impacto en el desarrollo sustentable en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, asume el reto de fortalecer esta actividad como un medio idóneo para mejorar la economía local con la participación decidida de la comunidad. Direcciona al turismo como un socio local, dinamizador del desarrollo económico, social y sustentable de la ciudad de Riobamba.

Se enfoca en recopilar información de los atractivos turísticos, arquitectónicos, historias, tradiciones y gastronomía, con los que cuenta la ciudad de Riobamba, y con ello, diseñar estrategias para el desarrollo sustentable del turismo, con la cooperación activa de los pobladores y así crear nuevas fuentes de ingresos económicos que contribuyan al desarrollo local.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Estudio transversal, descriptivo y analítico, recolecta información de una muestra dada de elementos de la población una sola vez. (Malhotra, N., 2004). El objetivo de este diseño es medir características en un tiempo determinado. Se basa en observar, estudiar y relacionar los hechos o fenómenos.

Los métodos aplicados en la presente investigación son:

- **Inductivo.**- parte de la investigación de antecedentes y teoría del turismo.
- **Analítico descriptivo.**- describir características del mercado a través de encuestas y entrevistas exhaustivas. (Malhotra, N., 2004)
- **Revisión bibliográfica.** - Información que procede de fuentes gubernamentales, investigaciones relacionadas al tema de estudio, la revisión bibliográfica ayuda a identificar y definir el problema, responder a preguntas de investigación. (Malhotra, 2004).

La presente investigación se basa en dos enfoques cualitativo y cuantitativo.

Investigación cualitativa - entrevistas a profundidad, que permitieron conocer puntos de vista de gestores turísticos, profundizando el tema de interés para el investigador de forma no estructurada y natural. El valor de esta técnica reside en los resultados inesperados que con frecuencia se obtienen de una discusión de flujo libre, permitirá acercarse a las razones, actitudes y motivaciones de los participantes. Toda técnica cualitativa se enfoca en indagar las percepciones de los individuos, sin pretender encontrar una verdad absoluta y mucho menos cuantificarla (Malhotra, 2004).

Investigación cuantitativa – encuestas, se conocieron percepciones y opiniones respecto a los objetivos de estudio. La información que refleja la aplicación de esta técnica es fundamental para el desarrollo de todo el proyecto, debido a que, estructura, cuantifica y compara opiniones. Así también, permite obtener escalas, rangos y alternativas otorgadas por los encuestados, su estructura es de fácil aplicación, específica y con lenguaje universal para obtener datos confiables (Malhotra, 2004).

El cálculo de la muestra, se realizó con la fórmula de Canavás (Canavos, 1988). La encuesta, permitió conocer características de la población objetivo. La sistematización de la información proporcionada en las encuestas, análisis y tabulación de datos, se realizó en el software SPSS.

2.1 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Descriptivo.- proporciona información pre-

cisa y completa a través de encuestas, la cual fue diseñada para obtener información específica de variables tales como: conducta, propósitos, cualidades, características demográficas, estilo de vida, entre otros (Malhotra, 2004).

2.2 POBLACIÓN DE ESTUDIO

- Turistas Nacionales e Internacionales.
- Pobladores de la ciudad de Riobamba, hombres y mujeres desde los 20 años hasta los 64 años
- Informantes Calificados del sector turístico. Responsables de atractivos turísticos culturales.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados estudio cuantitativo turistas nacionales y extranjeros.

Las estadísticas presentadas por la Dirección de Turismo del GADM de Riobamba, indican que en el año 2016, a la ciudad llegaron 92.372 turistas, de los cuales 77.658 son turistas nacionales; y 14.714 son turistas extranjeros. De 1.418,159 turistas extranjeros que llegaron al país en el año 2016, únicamente el 1.04% visitó la ciudad (Dirección de Gestión de Turismo, Municipio Riobamba, 2016).

A continuación, se detallan los principales resultados de las 382 encuestas realizadas, 321 a turistas nacionales y 61 a turistas extranjeros.

Las principales ciudades de las cuales provienen los turistas nacionales son:

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
QUITO	91	30%
GUAYAQUIL	52	17%
CUENCA	31	10%
LOJA	20	7%
OTROS	108	36%
	302	100%

Tabla 1: Procedencia turistas nacionales

Fuente: Encuesta de investigación.

Realizado por: Herrera Chico Fernanda

Los principales países de los cuales llegan a la ciudad de Riobamba son:

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
ESPAÑA	15	19%
ALEMANIA	9	11%
COLOMBIA	9	11%
EEUU	8	10%
FRANCIA	8	10%
OTROS	31	39%
	80	100%

Tabla 2: Procedencia turistas extranjeros

Fuente: Encuesta de investigación.

La mayoría de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la ciudad de Riobamba se encuentra entre 27 y 37 años, la estancia promedio en la ciudad de Riobamba es de 1 a 2 días, con un gasto promedio diario es de 40 a 60 dólares americanos.

Del total de turistas encuestados, las actividades de preferencia para realizar en la ciudad son: Ruta del Tren (21%), excursión al Chimborazo (21%) y visitar iglesias (17%). Las actividades de menor interés

que se deberían considerar para potenciarlas son: compra de productos y artesanías, visita de mercados y comunidades cercanas.

El 59% de los encuestados indicó que prefiere hospedarse en un hotel, el 17% en un hostel, el 6% en hostería, el 4% en alojamientos comunitarios, y el 14% ninguna de las opciones mencionadas, debido a que se hospedan en casa de familiares o no requieren hospedaje en la ciudad de Riobamba porque solo vienen por un día.

A pesar que el 72% de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad prefieren comida típica ecuatoriana, la visita a mercados por parte de turistas es baja. El 18% prefiere comida internacional, mientras que el 10% opta por comida vegetariana, es importante considerar que los turistas que prefieren este tipo de comida, mencionaron que en la ciudad de Riobamba es difícil encontrarla.

Con relación a la guianza, el 74% de turistas nacionales señaló que no requieren de un guía nativo o nacional certificado, mientras que el 26% indicó que si requiere. En relación a turistas extranjeros, 44% indicó que requiere de guianza, y el 56% que no requieren de guianza. Los turistas que indicaron que requieren de un guía nativo o nacional certificado, es principalmente para el nevado Chimborazo.

	Frecuencia	Porcentaje
Cooperativas	142	37%
Propio	144	38%
Furgonetas compartidas	34	9%
Taxi	62	16%
Total	382	100%

Tabla 3. Tipo de transporte requerido de los turistas.
Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

	TRANSPORTE					
		Cooperativas	Propio	Furgonetas compartidas	Taxi	Total
EDAD	16-26	52	14	1	20	87
	27-37	49	64	11	25	149
	38-48	20	35	10	6	71
	49-59	15	18	8	6	47
	60-70	6	12	2	5	25
	71-81	0	1	2	0	3
Total		142	144	34	62	

Tabla 4: Tipo de transporte requerido por edad.
Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

TRANSPORTE					
	Cooperativas	Propio	Furgonetas compartidas	Taxi	Total
Turista nacional	94	143	32	52	321
	29%	45%	10%	16%	100,0%
Turista extranjero	48	1	2	10	61
	79%	2%	3%	16%	100,0%
Total	142	144	34	62	382
	37%	38%	9%	16%	100,0%

Tabla 5: Tipo de transporte requerido por tipo de turista
Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

El 42% de turistas nacionales que visitó la ciudad, vino en auto propio o familiar, el 22% utilizó cooperativas de transporte interprovincial, el 10% furgonetas, y el 26% utilizó taxi.

En relación a los turistas extranjeros, el 49% utilizó cooperativas, el 45% taxi, el 5% furgonetas compartidas y el 1% auto propio. Es importante considerar que varios encuestados mencionaron que dentro de la ciudad prefieren caminar, es una ciudad tranquila y en el centro de la ciudad, es difícil encontrar parqueadero, hay mucho tráfico, desorden y falta de señalización. Así también, pocos encuestados señalaron que les gustaría recorrer en bicicleta la ciudad, sin embargo, es difícil encontrar lugares para alquilar este medio de movilidad.

Al hablar de preferencia en la forma de viajar por tipo de turista, la gran mayoría de turistas prefieren viajar acompañados, ya sea con amigos 44% o con familiares

35%. El 15% prefiere viajar solo, y el 6% en grupos organizados.

El 41% de los turistas nacionales, viajan acompañados de 3 a 4 personas, el 40% de 1 a 2, el 15% con más de 4 personas y el 4% solo; mientras que, el 58% de turistas extranjeros viaja con 1 a 2 personas, el 23% de 3 a 4 personas, el 10% más de 4 personas y el 9% solo. En general, el turista nacional viaja acompañado de más personas que el turista extranjero.

La mayoría de turistas 66% tuvo un gasto promedio por día entre 40 y 60 usd. Americanos, el 19% de 61 a 70 usd. y el 15% más de 71 dólares americanos. Es importante identificar el gasto promedio diario, para que los servicios y productos ofertados en la ciudad se encuentren dentro de este rango promedio.

Los meses de mayor preferencia para viajar, tanto de turistas nacionales como extranjeros son: mayo, junio, julio y agosto (47%), el 27% de encuestados indicó que

prefiere viajar de enero a abril, el 22% de septiembre a diciembre y el 4% no tiene favoritismo por ninguna época del año.

La principal fuente de información tanto para turistas nacionales como extranjeros

es el internet 41%, la segunda fuente de información para turistas nacionales son los amigos y familiares con 17% respectivamente, mientras que, para turistas extranjeros son las guías turísticas.

DÍA ESTADÍA				
	DE 1 A 2	DE 3 A 4	MÁS DE 4	Total
Turista nacional	240	62	19	321
	75%	19%	6%	100,0%
Turista extranjero	40	12	9	61
	65%	20%	15%	100,0%
Total	280	74	28	382
	74%	19%	7%	100,0%

Tabla 6. Tiempo de estadía en días en la ciudad por tipo de turista

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

DÍA ESTADÍA				
EDAD	DE 1 A 2	DE 3 A 4	MÁS DE 4	Total
16-26	63	18	6	87
27-37	108	29	12	149
38-48	50	16	5	71
49-59	35	9	3	47
60-70	21	2	2	25
71-81	3	0	0	3
Total	280	74	28	382

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

La mayoría de encuestados 74%, tiene un tiempo de estadía de 1 a 2 días, el 19% se queda de 3 a 4 días, mientras que el 7% más de 4 días.

GASTO DIARIO				
	De \$40 a \$60	De \$61 a \$70	Más de \$70	Total
Turista nacional	210	62	49	321
	66%	19%	15%	100,0%
Turista extranjero	40	12	9	61
	65%	20%	15%	100,0%
Total	250	74	58	382
	66%	19%	15%	100,0%

Tabla 7: Gasto promedio diario por tipo de turista
Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

GASTO DIARIO				
EDAD	De \$40 a \$60	De \$61 a \$70	Más de \$70	Total
16-26	63	9	15	87
27-37	101	28	20	149
38-48	51	16	4	71
49-59	21	16	10	47
60-70	12	5	8	25
71-81	2	0	1	3
Total	250	74	58	382

Tabla 9: Gasto promedio diario por edad
Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Resultado encuestas a la ciudadanía Riobambeña.

Las encuestas se realizaron de manera aleatoria, de acuerdo al cálculo del tamaño de muestra:

Rango edad	Población	# encuestas
20 – 34	14601	118
35-49	29012	119
50-64	17928	118
Total	355	

Tabla 3: Muestra por rango de edades de pobladores de la ciudad de Riobamba
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010.

De los encuestados entre 20 y 34 años, el 55% no tiene conocimiento de las actividades culturales que se realizan en la ciudad de Riobamba. De la ciudadanía Riobambeña entre 35 y 49 años, 48% no tiene conocimiento y de los encuestados dentro del rango de edad de 50 a 64% desconoce.

Los principales sitios patrimoniales e historia que conoce la ciudadanía encuestada son:

- Estación del Ferrocarril.
- Iglesia Loma de Quito.
- Iglesia La Catedral.
- Museo y Edificio del Colegio Pedro Vicente Maldonado.
- Iglesia de la Concepción y Museo

El sitio histórico o manifestación cultural con la que la ciudadanía riobambeña encuestada se identifica es:

- Iglesia La Catedral.
- Fiesta Niño Rey de Reyes

Los principales factores que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales son:

- Manejo Inadecuado de Residuos Sólidos que afectan al ornato de la ciudad.
- Inadecuada señalización.
- Deterioro y falta de conservación de bienes inmuebles.
- Tráfico desorganizado.
- Inadecuada información, educación y comunicación sobre los atractivos turísticos de la ciudad.

En relación a la pregunta: el turismo es una opción para el desarrollo sustentable de la ciudad de Riobamba, el 93% de encuestados entre 20 y 34 años indicó que sí, el 87% de la ciudadanía entre 35 y 49 años respondió afirmativo, finalmente, el 89% indicó que sí sería una opción para el desarrollo local.

La provincia de Chimborazo, en dónde se ubica la ciudad de Riobamba, es una región con gran potencial turístico, por su diversidad de atractivos naturales. Pese a ello, muy pocos productos turísticos de la ciudad han sido consolidados en el mercado (Ricaurte, Marketing Turístico, 2007).

En este contexto, Riobamba posee atractivos tanto naturales como culturales, es conocida como la ciudad de las primicias, y esto nos brinda un gran potencial en lo referente al tema patrimonial. Los mu-

seos, las iglesias y la deliciosa gastronomía hacen de esta ciudad encantadora. El encontrarse cerca al nevado Chimborazo y el tren han generado mucho desarrollo a la ciudad.

La participación de los ciudadanos riobambeños, juega un rol fundamental en el desarrollo cultural de la ciudad, sin embargo, actualmente están desvinculadas, por falta de organización e información. Por ello, es importante, fomentar interés y empoderamiento en la población para generar desarrollo turístico y conocimiento de los atractivos turísticos.

Una vez realizada la investigación cuantitativa a turistas nacionales y extranjeros, y pobladores de la ciudad; y la investigación cualitativa a informantes calificados del sector turístico en la ciudad de Riobamba, se han identificado los siguientes ámbitos estratégicos, para la intervención y fortalecimiento de la situación turística de la ciudad de Riobamba. La elaboración del Plan Estratégico para el desarrollo sustentable del turismo en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, se basa en las áreas funcionales de PLADATUR 2020 y en el plan estratégico institucional del GADM Riobamba 2017.

Estrategia de comunicación e imagen de la ciudad: publicitar en internet y redes sociales.

Estrategia de identidad riobambeña: en la ciudad de Riobamba, existen muchos valores culturales, tradiciones, historia, los mismos que pueden actuar como recursos

turísticos, tales como: fiestas populares, gastronomía, valores religiosos e ideológicos.

Estrategia de fortalecimiento de gestión de turismo:

Diversificación turística vertical: la creación de nuevos productos turísticos desarrollados por las organizaciones, captan nuevos mercados (Ricaurte, Marketing Turístico, 2007)

Diversificación turística vertical: la creación de nuevos productos turísticos desarrollados por las organizaciones, captan nuevos mercados (Ricaurte, Marketing Turístico, 2007).

Estrategia para competir en mercados de crecimiento rápido (nicho de mercado y producto / innovación/ incorporar atributos para atraer turistas) (Guiltinan, Joseph, Gordon Paul, Thomas Madden, 1998):

Innovación: convocar a autoridades de turismo, prestadores de servicios turísticos, artesanos, para diseñar un plan de trabajo que indica ventajas competitivas para turistas en la ciudad de Riobamba.

Estrategia de nicho de mercado: Diseñar productos turísticos por rango de edades

Estrategia para atraer a los no usuarios

Aumentar la disposición de compra: Demostrar los beneficios del producto turístico, desarrollar productos turísticos nuevos, con beneficios que sean atractivos para cierto segmento.

Estrategia para conservar /expandir la demanda (Guiltinan, Joseph, Gordon Paul, Thomas Madden, 1998).

Desarrollar productos complementarios que atraigan a turista:

Tour de Turismo cultural, del total de los encuestados, el 32% indicó que tiene preferencia por ir de vacaciones y feriados a las montañas, el 24% prefiere sol y playa, 22% turismo cultural, el 10% selva, el 9% turismo comunitario, el 2% turismo de salud y el 1% restante turismo de aventura y naturaleza.

- Tour Gastronómico, incluir opciones para vegetarianos.
- Tour Nevado Chimborazo, que incluya transporte desde el centro de Riobamba, o recorrido por hostales, hoteles.
- Tour visitar comunidades cercanas.
- Productos y artesanías de calidad.

Estrategia de líder total en precios: actualmente Riobamba es considerada como una ciudad económica, con pocas actividades para realizar, por ello, es importante diseñar productos turísticos innovadores y con identidad (actividades culturales, tour por iglesias y centro histórico), que articulen los atractivos turísticos más significativos de la ciudad y satisfagan las necesidades de turistas nacionales y extranjeros. A su vez, que aumente el tiempo de estadía (de 1 a 2 días) de turistas nacionales y extranjeros.

Estrategia para gestión de patrimonio:

Diseñar un Plan para regenerar el patrimonio de la ciudad de Riobamba.

Diseñar un plan de trabajo para restar y fomentar la cultura, arte, historia y tradiciones de la ciudad, en conjunto con prestadores de servicios turísticos, adulto mayor, autoridades de turismo, quienes son conocedores de la cultura, saberes ancestrales, tradiciones e historia de la ciudad, y con ello, realizar campañas de identidad riobambeña para la población.

Concientizar a la población, para garantizar el cuidado ambiental y protección de los bienes patrimoniales.

Estrategia de fortalecimiento de gestión de movilidad, tránsito y transporte. Estrategia de fortalecimiento de gestión de servicios municipales:

La ciudad posee varias cooperativas de transporte, canaliza los flujos de turistas hacia otros destinos turísticos, en general el 37% de turistas utiliza este transporte, por ello, es importante desarrollar un calendario con horario de buses que llevan a los principales destinos turísticos cercanos a la ciudad de Riobamba: a Alausí para realizar la ruta del Tren (Alausí – Nariz del Diablo) y nevado Chimborazo.

Resultado investigación cualitativa - Gestores Culturales.

La principal actividad turística que se está coordinando y desarrollando entre empresas públicas y privadas es la capacitación, el objetivo es complementar la cadena de valor turística, desarrollar actividades que sean integrales. Por ello, se realizan capacitaciones al sector turístico en bebidas y alimentos, operaciones turísticas, temas

de recreación y áreas operativas: administradores de establecimientos, seguridad alimentaria, atención al cliente. En general, se trabaja para que en la ciudad de Riobamba se pueda desarrollar un turismo que sea atractivo.

En relación al desarrollo cultural, indicaron que a través de los años ha cambiado, en la actualidad principalmente existe mayor vinculación de instituciones que trabajan dentro de este ámbito, así también, hay mejor planificación de programas culturales e inclusión social en actividades culturales.

La ciudad de Riobamba, posee gran potencial turístico, trabajar en turismo cultural sería un eje transversal para el desarrollo. Es importante considerar, que existe desconocimiento de la población y se debe investigar más los sitios turísticos, para poder comunicar a los turistas.

La participación de los ciudadanos riobambeños, juega un rol fundamental en el desarrollo cultural de la ciudad, sin embargo, actualmente están desvinculadas, por falta de organización e información. Es importante, fomentar interés y empoderamiento en la población para generar desarrollo turístico y conocimiento de los atractivos turísticos.

Las principales facilidades que se ofrece actualmente para los turistas dentro de los servicios son: Museo de la Ciudad, visita Iglesias y edificios Arquitectónicos de la ciudad. En lo referente al recorrido en Tren, la compra de boletos se lo puede

realizar en la página web de Ferrocarriles del Ecuador, esta es una opción para ahorrar tiempo a los turistas. Sin embargo, es importante considerar que las Iglesias a pesar de ser un atractivo turístico no cuentan con un horario establecido, cada parroquia tiene diferente horario de atención, así también, es importante considerar que en el centro histórico no existen facilidades de baterías sanitarias, guianza y transporte; al momento no existe buena señalización tanto informativa y vial.

4. CONCLUSIONES

- Riobamba es una ciudad ubicada en el centro del país, de fácil acceso y económica, posee un atractivo centro histórico, y varios lugares cercanos para visitar, tales como: Nevado Chimborazo, Laguna de Colta, dónde se fundó originalmente Quito, y la iglesia más antigua del Ecuador – Balbanera, debido a la falta de conocimiento y valoración del patrimonio, escasa coordinación entre entes involucrados en el desarrollo turístico, falta de facilidades turísticas, descuido de bienes patrimoniales y centro histórico, desarrollo de paquetes turísticos, falta de información, se ha convertido en una ciudad de paso.
- A pesar que, la ciudad de Riobamba cuenta con inventario de 35 atractivos turísticos de manifestaciones culturales, históricas, religiosas, de los cuales 20 son de jerarquía III, actualmente no existen productos turísticos consolidados.
- El turismo es una de las principales actividades que contribuye al desa-

rollo económico y local. Actualmente, el impacto del turismo en los ámbitos económico y cultural, es mínimo, es así que de los turistas extranjeros que llegaron al país en el año 2016, únicamente el 1.04% visitaron la ciudad de Riobamba, la Reserva de producción de fauna Chimborazo y el Ferrocarril, son las principales actividades turísticas que impulsan servicios en la ciudad. Con relación al Ferrocarril, dentro de la provincia de Chimborazo, la principal es la ruta a la nariz del diablo, la cual únicamente sale desde el cantón Alausí. Propiamente en la ciudad de Riobamba, existe la siguiente opción de ruta: Tren del Hielo I (Riobamba – Urbina – La Moya – Riobamba). Es importante para la ciudad gestionar y retomar la ruta Riobamba – Nariz del Diablo.

- Alrededor del 80% de turistas que visitan la ciudad de Riobamba, son turistas nacionales, por ello es trascendental, consolidar y generar productos turísticos que contribuyan a la visita de turistas extranjeros, y a garantizar que Riobamba no sea sólo una ciudad de paso, en la cual los turistas permanecen en su mayoría 1 día. Así también, capacitar a los prestadores de servicios turísticos para que brinden buen servicio e informen a turistas. Dentro del marco de la publicidad, es importante considerar que la principal fuente de información tanto para turistas nacionales y extranjeros es el internet.

5. REFERENCIAS

- Bertoncello, R. (2002). *Turismo, territorio, otras prácticas, otras miradas*. Obtenido de www.nulan.mdp.edu.ar
- Canavos, G. (1988). *Probabilidad y Estadística. Aplicaciones y Métodos*. Mc Graw Hill - Interamericana de México.
- Council, W. T. (2016). *Travel & Tourism. Economic Impact 2016 World*. Recuperado el 2016, de <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf>
- Dirección de Gestión de Turismo – Municipio Riobamba. (2016). Atractivos turísticos. Riobamba.
- Guiltinan, Joseph, Gordon Paul, Thomas Madden. (1998). *Gerencia de Marketing Estrategias y programas*. Colombia: Mc Graw Hil.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Censo de Población y Vivienda . Recuperado el 2016, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010>.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010-2020). Proyección población ecuatoriana, por años calendario, según cantones. Recuperado el 2016, de www.ecuadorencifras.gob.ec
- Macedo, B. (2005). El concepto de sostenibilidad. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Oficina Regional de Educación para América Latina y El Caribe . Santiago: UNESCO.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados*. México: Pearson Prentice Hal, Cuarta edición.
- Milla, D. M. (2012). La elaboración del plan estratégico y su implementación a través del cuadro de mando integral. Madrid, España.: Ediciones Díaz Santos S.A.
- OMT. (2012). *Organización Mundial de Turismo UNWTO*. Recuperado el 2016, de <http://www.e-unwto.org/doi/df/10.18111/9789284414680>
- OMT. (2016). *Organización Mundial de Turismo*. Recuperado el 2016, de <https://www.e-unwto.org/doi/df/10.18111/9789284418152>
- Planificación, C. N. (2013 - 2017). *Plan Nacional del Buen Vivir* . Recuperado el 2016, de <http://www.buenvivir.gob.ec/descarga-objetivo>
- Pirages, D. (1977). The Sustainable society: implications for limited growth. Editorial: Nueva York, Praeger. Estados Unidos.
- Quesada, R. (2005). . Elementos del turismo . San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Ricaurte, C. (2007). *Marketing Turístico*. Riobamba: Facultad de Recursos Naturales Escuela de Ecoturismo ESPOCH.
- Riobamba, D. d. (2016). *Boletín Estadísticas Turísticas*. Riobamba.
- Riobamba, I. M. (2002). *Guía práctica para el turista*. Riobamba.
- SENPLADES. (2013). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo* . Recuperado el 2016
- Xercavins, J., Cayuela, D., Cervantes, G., Sabater, A.. (2005). Desarrollo sostenible. Barcelona, España. 80 - 82.

*The epistemology of
thinking in business
innovation*

La epistemología del pensamiento en la innovación empresarial

AUTOR: J. Erazo Castillo¹, G. Uquillas Granizo², D. Velastegui Merino³, M. Sánchez Calama⁴

1. Universidad Técnica de Cotopaxi
2. Universidad Nacional de Chimborazo

3. Instituto Tecnológico Superior República de Alemania
4. Instituto Tecnológico Superior Vida Nueva

RESUMEN

Las sociedades contemporáneas reconocen la importancia de emplear la epistemología del pensamiento en todas las actividades. Aunque la ciencia había permanecido durante mucho tiempo en campos particulares como la medicina, la ingeniería, la ciencia animal y vegetal, las sociedades contemporáneas han adoptado el uso de los métodos científicos para autenticar la información de diversas áreas. Los recursos humanos, las finanzas y los materiales completan los elementos que hacen que las innovaciones en las sociedades modernas tengan éxito. En las organizaciones contemporáneas, la calidad y la velocidad de los cambios dependen de las iniciativas de investigación y desarrollo y de la transferencia de tecnología y habilidades desde varias direcciones. El desarrollo global, tecnológico y económico y el entorno inmediato de una empresa determinan, por lo tanto, el carácter de innovación de las empresas en entornos empresariales modernos. Este artículo se basa en la epistemología del pensamiento aplicada a la innovación empresarial con el objetivo de demostrar cómo se desarrollan las ideas para apoyar la creatividad en todas las áreas de la economía. El artículo demuestra que el uso de datos y experiencias científicas es vital y que es imposible lograr las innovaciones de negocios requeridas si uno carece de las capacidades para entender la fuente de las ideas.

RESUMEN

Contemporary societies recognize the importance of employing the epistemology of thought in all activities. Although science had long remained in particular fields such as medicine, engineering, animal and plant science, contemporary societies have adopted the use of scientific methods to authenticate information from various areas. Human resources, finances and materials complete the elements that make innovations in modern societies successful. In contemporary organizations, the quality and speed of changes depend on research and development initiatives and the transfer of technology and skills from various directions. The global, technological and economic development and the immediate environment of a company determine, therefore, the character of innovation of companies in modern business environments. This article is based on the epistemology of thought applied to business innovation with the aim of demonstrating how ideas are developed to support creativity in all areas of the economy. The article demonstrates that the use of scientific data and experiences is vital and that it is impossible to achieve the required business innovations if one lacks the capacity to understand the source of ideas.

Palabras claves:

Epistemología – pensamiento – innovación
– empresarial – negocios.

Keywords:

Epistemology - thinking - innovation - business – business.

Introducción

Las sociedades modernas están muy interesadas en comprender los elementos básicos de las actividades del día a día. En la conducción de los negocios, la epistemología del pensamiento se ha colocado en un pedestal alto en la aplicación de la ciencia para generar el conocimiento que los miembros de las comunidades requieren en sus usos diarios. Las sociedades reconocen el amplio alcance de la ciencia y la solución que el campo podría proporcionar a través de las fronteras para lograr los resultados deseados. Las sociedades contemporáneas reconocen el hecho de que la ciencia proporciona el pensamiento básico de las innovaciones necesarias para lograr los cambios deseados en las organizaciones.

Las empresas modernas reconocen así la importancia del conocimiento científico en la entrega de las justificaciones al introducir las modificaciones necesarias para las organizaciones (Borland y Lindgreen, 2013). Por ejemplo, en la introducción de los sistemas de gestión, las organizaciones no solo apoyan la apertura de los programas, sino que exploran la evidencia del desempeño de los procedimientos en otras áreas (Aldrich y Martínez, 2001). La implicación es que las empresas no solo quieren sugerir las propuestas para lograr los cambios deseados en las organizaciones. Sino que, la administración de estas quiere someter los métodos a la investigación científica con el objetivo de autenticar su validez y cómo podrían mejorar sus empresas. Los países invierten millones de dólares para investigar y desarrollar las teorías e innovaciones ne-

cesarias para mejorar los entornos empresariales.

El propósito de este artículo es desarrollar un entendimiento sobre cómo los miembros de la comunidad internacional aplican la ciencia vital en la generación de conocimiento para acelerar las innovaciones requeridas para crear los cambios necesarios para mejorar el entorno empresarial (Elbas-hir, Collier y Sutton, 2011). Los objetivos del artículo son explorar los antecedentes teóricos y el desarrollo del modelo para que las innovaciones logren los cambios deseados en las organizaciones.

El artículo también profundiza en los modelos técnicos para demostrar que es importante relacionar todas las creaciones con el entorno empresarial real (Dalmaris et al 2007). La conversión de los conceptos en productos industriales viables ofrecerá la conexión de las innovaciones con la actualización de las ideas de negocios. El artículo demostrará que el pensamiento y las innovaciones no pueden ser sostenibles si no aplican los procedimientos científicos correctos que se pueden autenticar. Si bien los cambios en los negocios y las organizaciones podrían verse influenciados por otros factores dentro y fuera de los entornos inmediatos, solo las empresas que se adhieren a los enfoques científicos estrictos pueden beneficiarse de las innovaciones.

Materiales y métodos

La epistemología del pensamiento obliga a los miembros de las sociedades contemporáneas a aplicar las experiencias científicas críticas para lograr las innovaciones en los

negocios. Así también, en la gestión del negocio convencional implica que las economías no pueden alcanzar ningún nivel de innovación empresarial sin las aplicaciones de la ciencia y la tecnología. Una de las fuentes más importantes de conocimiento empresarial humano que contribuye al conocimiento empresarial es la aplicación práctica de actividades científicas (Waddock y Graves, 1997). La ciencia y las innovaciones empresariales están relacionadas en el sentido de que permite que los investigadores obtengan la información que les permite emplear niveles de estrategias sin cesar los cuales son necesarios para mejorar el entorno empresarial.

A pesar de la mentalidad tradicional acerca de las nociones sobre los negocios y la relación con la ciencia, una interacción entre los dos no siempre es blanda (De Long, 1997). Siempre existe un intento de que la cultura afecte a la ciencia y a las operaciones de negocio. Sin embargo, solo una pequeña fracción de la gente contemporánea rechaza el papel de la investigación en el desarrollo de las innovaciones necesarias y las nuevas soluciones empresariales. Ha habido un creciente interés por parte de la epistemología del pensamiento en hacer de la ciencia una experiencia vital. Un concepto de la epistemología en los enfoques de negocios científicos indica que los empresarios deben seguir aprendiendo para mejorar sus actividades (Shane y Venkataraman, 2000). En el proceso, diversos factores impactan el proceso de innovación.

Las innovaciones científicas y empresariales tienen la función de trabajar juntas para

ofrecer al público la información esencial necesaria para garantizar la seguridad y la protección de los consumidores y la comunidad empresarial. Por ejemplo, en el sector alimentario, la mayoría de las percepciones están influenciadas por las opiniones y no necesariamente por la realidad (Rooney y McKenna, 2005). Por lo tanto, existe la necesidad de que la comunidad empresarial emplee los esfuerzos científicos adecuados para garantizar que informen al público y proporcionen la información necesaria para hacer frente a los riesgos, así como a los riesgos percibidos.

Las innovaciones como enfoque de sistema.

Los cambios en el entorno empresarial en todo el mundo son masivos y, por lo tanto, la empresa está obligada a localizar sus operaciones para lograr los cambios globales. La compañía está empleando los enfoques que les permiten aplicar los métodos científicos en las interacciones con su entorno. Por ejemplo, el concepto de sostenibilidad implica que la empresa se adapta a la situación inmediata con el objetivo de competir globalmente (Tanriverdi, Rai y Venkataraman, 2010). En una aplicación de los conceptos científicos, las empresas no operan como entidades aisladas, sino que se encuentran en las interacciones constantes con sus entornos. Por lo tanto, las empresas deben servir como sistemas de aprendizaje flexibles que se basan en la ciencia para lograr los niveles necesarios de las innovaciones para lograr el cambio deseado (Etzkowitz y Klofsten, 2005).

En el proceso, diversos factores impactan el proceso de innovación. En la etapa de toma de decisiones, el empresario debe adoptar las estrategias que tienen el umbral de evidencia para tomar las decisiones comerciales necesarias (McLean, 2005). La etapa de implementación también implica que el empresario debe guiarse continuamente por los hechos científicos en el monitoreo, control e intervenciones para lograr los resultados comerciales apropiados.

Por lo tanto, los hallazgos científicos afectan las actividades innovadoras, la toma de decisiones y los aspectos de implementación de las ideas de negocios para garantizar que sean válidas. Algunos de los factores que afectan la innovación, la toma de decisiones y las etapas de implementación del negocio pueden identificarse en el entorno interno así como en el externo (Allameh y Zare, 2011). Por otro lado, los factores ambientales que afectan las innovaciones en la empresa incluyen el sector particular, los entornos naturales, la competencia, el mercado, los factores sociales y culturales, así como la investigación y el desarrollo (Kakihara & Sørensen, 2002). Para toda la extensión de los impactos del negocio en el medio ambiente, se debe proporcionar evidencia de la investigación científica.

Las innovaciones deben adherirse a la aplicación de la ciencia en la investigación y el desarrollo de las empresas para proporcionar el soporte de datos necesario para la mejora (Johansson y Woodilla, 2009). Las cambiantes consideraciones epistemológicas son vitales para relacionar el conocimiento de las empresas humanas

con las empresas existentes). Campo para lograr los cambios deseados en las organizaciones. El supuesto de que la aplicación de la ciencia es necesaria para generar innovaciones en los negocios se muestra con mayor precisión en los procesos de automatización de procesos aplicados en los negocios. La mayoría de las empresas dedican gran parte de su tiempo a la duplicación de las tareas debidas a la falta de datos válidos que podrían lograrse a través de la automatización (Castro Laszlo y Laszlo, 2002).

El uso del proceso también podría ser primordial en la toma de decisiones, lo que implica la importancia vital de la investigación (Bucolo y Matthews, 2011). Evidencia de que es imposible lograr las innovaciones requeridas en el negocio sin una investigación válida y el desarrollo es marketing. Sería imposible recopilar información precisa del mercado sin la aplicación de los métodos de investigación. Las estadísticas sobre las actividades del cliente ayudan al negocio a realizar los cambios deseados para lograr el éxito organizacional. La información como la segmentación de clientes y mejores procedimientos de publicidad solo se logran debido a la aplicación correcta de los enfoques científicos (Lambert & Davidson, 2013). Otra información incluye el reclutamiento, los procedimientos de búsqueda de talentos y las estrategias de gestión de habilidades.

La epistemología del pensamiento indica que las sociedades humanas modernas ya no pueden emplear ideas de negocios de manera aislada. En cambio, el conocimien-

to humano está continuamente buscando una comprensión más profunda de cómo podrían mejorarse las innovaciones para alterar positivamente los entornos empresariales (Lundvall, 1988). La comunidad empresarial ha estado avanzando en la teoría del desarrollo de innovaciones para comprender con mayor profundidad que los altos niveles de creatividad deben caracterizar a las empresas modernas. Las organizaciones están continuamente de acuerdo en que los cambios a largo plazo en los entornos empresariales de los países están relacionados con la combinación de innovaciones científicas y organizativas (Osterwalder, 2004). Existe una particular interdependencia entre el avance económico innovador y el desarrollo económico, ya que ambos aplican los enfoques cualitativos y cuantitativos para mejorar la práctica empresarial (Mulgan, 2012). Otros aspectos de las operaciones comerciales, como las imperfecciones del mercado, la flexibilidad salarial y la gestión de precios, requieren una gran parte del análisis científico del mercado para lograr los resultados comerciales deseados. Las actividades innovadoras derivadas del progreso tecnológico aplican los enfoques experimentales básicos para el crecimiento. Otros factores, como la complejidad y los cambios en las reformas políticas, económicas y sociales, tienen un impacto en el entorno empresarial global (Baba y Walsh, 2010). La flexibilidad que permite a las empresas realizar la ciencia depende principalmente de su carácter interno y externo del potencial de investigación y desarrollo.

La transferencia de conocimiento, los recursos humanos y la creación de competencias, la innovación y la financiación son enfoques científicos básicos que determinan la dirección de la innovación (Birkinshaw, Hamel & Mol, 2008). Varios estudios sobre el concepto de innovación empresarial indican que existe un interés progresivo en el sector. Un problema creciente de las actividades innovadoras entre los profesionales de los científicos de gestión y los teóricos ha demostrado que los empresarios están en busca de conocimiento para avanzar en los objetivos comerciales.

Resultados y discusión

Del análisis, queda claro que la epistemología del pensamiento desempeña un papel fundamental en hacer de la ciencia una experiencia vital. Las innovaciones basadas en la ciencia ofrecen las bases para la formulación de diversas estrategias comerciales. La epistemología del pensamiento establece que las lecciones científicas no pueden ignorarse en el progreso económico y técnico. Así, los dos conceptos están determinados por el alcance de las empresas innovadoras. Las regiones aprovechan los diversos entornos en los que operan para promover las innovaciones. Algunos de los factores que definen el desarrollo de cambios en las áreas podrían ser externos, mientras que otros son internos. El avance de las innovaciones depende de la capacidad de las entidades para explotar las experiencias científicas.

Una aplicación de las lecciones científicas determina la calidad del desarrollo del cam-

bio, creando así los caminos para el avance empresarial. Las experiencias científicas tienen un carácter diferente, por lo que la información, la organización económica, legal y técnica y la organización social se utilizan en el desarrollo de las innovaciones necesarias para introducir cambios en la organización. La calidad de la innovación corporativa es el resultado de las iniciativas llevadas a cabo en las áreas de desarrollo de productos, una organización de los procedimientos del sistema y las estructuras organizativas.

La mayoría de los esfuerzos de los miembros de las comunidades están orientados a mejorar las fuentes de conocimiento para que los miembros de las comunidades se beneficien plenamente de los esfuerzos (Dew & Sarasvathy, 2007). Las habilidades y las competencias de los empleados, así como las culturas y los valores forman parte del componente que apoya el uso de las experiencias científicas en el avance del conocimiento empresarial. La ciencia como experiencia vital para las innovaciones aumenta la capacidad de los equipos para participar en las actividades comerciales necesarias. El uso de las experiencias científicas brinda una oportunidad para el análisis de los determinantes sociales que ofrece la oportunidad de avanzar en las innovaciones. Las innovaciones de negocios implican que los empresarios deben estar interesados en desarrollar el conocimiento tomado de la ciencia.

La implementación de innovaciones no puede basarse únicamente en las interacciones humanas y los factores sociales.

Preferiblemente, los recursos humanos deben seguir refiriéndose a las experiencias científicas para el éxito en los esfuerzos. De este modo, la innovación empresarial mantiene el endeudamiento de las habilidades científicas y el avance de todas las áreas del conocimiento humano. Las sociedades contemporáneas reconocen el hecho de que no pueden realmente en los métodos tradicionales de hacer negocios. Preferiblemente, las sociedades deben evaluar los diversos aspectos del conocimiento humano para iniciar las innovaciones para mejorar los múltiples aspectos de la empresa. Los procesos de pensamiento indican que los empresarios deben seguir evaluando las opciones que tienen para mejorar la eficiencia en las operaciones comerciales. Los cambios en el entorno empresarial de las regiones dependen de la capacidad del país para abarcar la investigación y el desarrollo respaldados por datos científicos.

Los enfoques de negocios modernos se han transformado completamente para que las sociedades se involucren en otros aspectos de los comportamientos humanos y datos experimentales reales para lograr innovaciones empresariales. Las sociedades reconocen que el terreno de los negocios globales requiere una investigación continua que tenga la capacidad de apoyar las estructuras empresariales (George & Marino, 2011). Ha habido preocupaciones sobre cómo la epistemología del pensamiento podría modificarse aún más para mejorar las experiencias científicas en las innovaciones empresariales. Las sociedades contemporáneas también aprecian las necesidades

cambiantes de los clientes globales, por lo que requieren el cambio de los enfoques para que la atención al cliente se guíe por información científica objetiva. Se ha reconocido continuamente que las innovaciones empresariales no pueden ser sostenibles si rechazan el concepto de ciencia en todas sus actividades.

Conclusiones

Las sociedades contemporáneas reconocen la parte fundamental de la epistemología en la toma de experiencias científicas esenciales en la gestión de las innovaciones empresariales. Ha habido una tendencia a que las innovaciones empresariales no puedan basarse únicamente en las opiniones de los moldeadores de la industria. En cambio, el uso de datos verificables debe ser la base para los cambios en la forma en que las empresas operan en las diferentes partes del mundo. Las regiones aprovechan los diversos entornos en los que operan para promover las innovaciones. Una aplicación de las experiencias científicas garantiza que los empresarios adopten los sistemas y los enfoques para lograr los diseños de las operaciones de las entidades comerciales. Las sociedades contemporáneas aprecian cada vez más el hecho de que el aumento de la capacidad en las innovaciones empresariales depende de factores externos a la empresa, como la transferencia de tecnología y habilidades.

Ya sea en los negocios u otras áreas, los miembros de las comunidades aprecian la necesidad de estrategias, validez y la distinción de los métodos que utilizan para llevar a cabo los procedimientos necesarios en los

negocios. Las sociedades están haciendo esfuerzos deliberados para comprender la fuente del conocimiento que aplican al realizar la transacción. La mayoría de los esfuerzos de los miembros de las comunidades están dirigidos a mejorar las fuentes de conocimiento para que los miembros de las comunidades se beneficien plenamente de los esfuerzos.

Las sociedades contemporáneas están al unísono de que una aplicación de los aspectos del conocimiento verificable podría aumentar sus esfuerzos para llevar a cabo las actividades comerciales y, por lo tanto, mejorar las economías de todo el mundo. En consecuencia, los cambios en las empresas contemporáneas emplean un enfoque sofisticado que permite a los innovadores conectar ideas y soluciones innovadoras a la investigación y los hallazgos vitales para hacer que una innovación particular tenga éxito. Las sociedades modernas son conscientes del hecho de que los cambios deben adherirse a la investigación básica basada en la ciencia para vincular la evidencia con los cambios y la tecnología. La visión se alinea con los supuestos de que las innovaciones están estrechamente relacionadas con la tecnología en todos los aspectos de los esfuerzos del negocio.

Sería posible argumentar que las innovaciones modernas requieren un cambio de enfoque en reconocimiento de los cambios que han tenido lugar en el mundo. Por más que la afirmación pueda tener un sentido de verdad, los componentes esenciales de las innovaciones siguen siendo la ciencia y la tecnología. Así, las sociedades contemporá-

neas continúan evaluando los métodos y la validez de los cambios. En el esfuerzo por mejorar la calidad de las innovaciones, las comunidades están dispuestas a crear una distinción entre una opinión y una creencia justificada. De este modo, estos procesos van de la mano para que el desarrollo del modelo y los antecedentes teóricos de las innovaciones sean inseparables. Los modelos técnicos indican la viabilidad de la innovación en situaciones de la vida real y muestran cómo los cambios podrían explotarse aún más para la explotación comercial.

En consecuencia, los cambios en las condiciones internas y externas del negocio y el nivel de la innovación empresarial corporativa están influenciados. La globalización y la internacionalización de los mercados implican que el negocio debe seguir aplicando las mejores prácticas que incluyen, entre otras, la aplicación continua de las experiencias científicas. Las empresas deben seguir identificando las fuerzas del mercado que tienen impactos críticos en la capacidad de las entidades para participar en innovaciones continuas. Las experiencias científicas aseguran que hay un flujo constante de información y análisis de procedimientos innovadores. Las experiencias científicas actualizadas y válidas permiten el análisis de los determinantes de la innovación, lo que mejora la capacidad de la empresa para adaptarse a los entornos empresariales globales.

Referencias bibliográficas

Aldrich, H. E., & Martinez, M. A. (2001). Many are called, but few are chosen: An evolutionary perspective for the study of

entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 41-56.

Allameh, S. M., & Zare, S. M. (2011). Examining the impact of KM enablers on knowledge management processes. *Procedia Computer Science*, 3, 1211-1223.

Baba, Y., & Walsh, J. P. (2010). Embeddedness, social epistemology and breakthrough innovation: The case of the development of statins. *Research Policy*, 39(4), 511-522.

Birkinshaw, J., Hamel, G., & Mol, M. J. (2008). Management innovation. *Academy of management Review*, 33(4), 825-845

Borland, H., & Lindgreen, A. (2013). Sustainability, epistemology, ecocentric business, and marketing strategy: Ideology, reality, and vision. *Journal of Business Ethics*, 117(1), 173-187.

Bucolo, S., & Matthews, J. H. (2011). Design led innovation: Exploring the synthesis of needs, technologies and business models. In *Proceedings of Participatory Interaction Conference 2011*.

Castro Laszlo, K., & Laszlo, A. (2002). Evolving knowledge for development: the role of knowledge management in a changing world. *Journal of Knowledge Management*, 6(4), 400-412.

Dalmaris, P., Tsui, E., Hall, B., & Smith, B. (2007). A framework for the improvement of knowledge-intensive business processes. *Business Process Management Journal*, 13(2), 279-305.

De Long, D. (1997). Building the knowledge-based organization: How culture drives knowledge behaviors. *Centers for Business*

Innovation—Working Paper, 1-29.

Dew, N., & Sarasvathy, S. D. (2007). Innovations, stakeholders & entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 74(3), 267-283.

Du Chatenier, E., Verstegen, J. A., Biemans, H. J., Mulder, M., & Omta, O. (2009). The challenges of collaborative knowledge creation in open innovation teams. *Human Resource Development Review*, 8(3), 350-381.

Elbashir, M. Z., Collier, P. A., & Sutton, S. G. (2011). The role of organizational absorptive capacity in strategic use of business intelligence to support integrated management control systems. *The Accounting Review*, 86(1), 155-184.

Etzkowitz, H., & Klofsten, M. (2005). The innovating region: toward a theory of knowledgeXbased regional development. *R&D Management*, 35(3), 243-255.

George, B. A., & Marino, L. (2011). The epistemology of entrepreneurial orientation: Conceptual formation, modeling, and operationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 989-1024.

Johansson, U., & Woodilla, J. (2009, April). Towards an epistemological merger of design thinking, strategy and innovation. In 8th European Academy of Design Conference(-Vol. 1, No. 2).

Kakahara, M., & Sørensen, C. (2002). Exploring knowledge emergence: from chaos to organizational knowledge. *Journal of Global Information Technology Management*, 5(3), 48-66.

Lambert, S. C., & Davidson, R. A. (2013). Applications of the business model in studies of enterprise success, innovation and

classification: An analysis of empirical research from 1996 to 2010. *European Management Journal*, 31(6), 668-681.

Lundvall, B. A. (1988). Innovation as an interactive process: from user-producer interaction to the national system of innovation. 1988, 349-369.

McLean, L. D. (2005). Organizational culture's influence on creativity and innovation: A review of the literature and implications for human resource development. *Advances in developing human resources*, 7(2), 226-246.

Mulgan, G. (2012). The theoretical foundations of social innovation. In *Social innovation* (pp. 33-65). Palgrave Macmillan, London.

Osterwalder, A. (2004). The business model ontology: A proposition in a design science approach. Rooney, D., & McKenna, B. (2005). Should the knowledgeXbased economy be a savant or a sage? *Wisdom and socially intelligent innovation*. *Prometheus*, 23(3), 307-323.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.

Tanriverdi, H., Rai, A., & Venkatraman, N. (2010). Research commentary—reframing the dominant quests of information systems strategy research for complex adaptive business systems. *Information Systems Research*, 21(4), 822-834.

Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1997). The corporate social performance—financial performance link. *Strategic management journal*, 18(4), 303-319.

Shared Value as a tool for the construction of an inclusive society

El Valor compartido como herramienta para la construcción de una sociedad inclusiva

AUTOR: B. Riera Riera¹, N. Alarcón Muñoz², J. Parreño Quillas³, X. Aguilera Barriga⁴

1. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
2. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

3. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
4. Banco Pichincha

RESUMEN

El panorama empresarial moderno está siendo criticado por no considerar el bienestar social entre los objetivos de varios compromisos corporativos. Los diferentes actores participan en el desarrollo de estrategias inclusivas que pueden alentar a las empresas a emprender modelos de conciencia social en sus programas. Este estudio evalúa la viabilidad de utilizar el concepto de valor compartido en la construcción de una sociedad inclusiva que resalte las necesidades comunitarias y empresariales simultáneamente. La investigación utiliza un diseño cualitativo con un enfoque de revisión de la literatura para evaluar los hallazgos en el conocimiento existente y desarrollar inferencias sobre el tema. El estudio muestra que el valor compartido y la responsabilidad social corporativa tienen principios similares para promover el bienestar social, mientras que el primero avanza aún más al permitir que las empresas generen ingresos a través de estos esfuerzos. Mejorar el valor de la marca corporativa es otro beneficio que se suma a la ventaja de costo-eficiencia del valor compartido para diferentes empresas. La investigación encuentra que tres enfoques son esenciales para permitir que una empresa implemente el concepto. Las estrategias incluyen el rediseñar los productos existentes para cumplir con los principios de valor compartido, relinear la cadena de valor y promover el desarrollo localizado entre las comunidades. El estudio concluye que el valor compartido es una metodología crucial para mejorar la relevancia del capitalismo mediante la creación de una sociedad inclusiva.

RESUMEN

The modern business landscape is being criticized for not considering social welfare among the objectives of several corporate commitments. The different actors participate in the development of inclusive strategies that can encourage companies to undertake models of social awareness in their programs. This study evaluates the feasibility of using the concept of shared value in the construction of an inclusive society that highlights community and business needs simultaneously. The research uses a qualitative design with a literature review approach to evaluate findings in existing knowledge and develop inferences about the subject. The study shows that shared value and corporate social responsibility have similar principles to promote social welfare, while the former advances even more by allowing companies to generate income through these efforts. Improving the value of the corporate brand is another benefit that adds to the cost-efficiency advantage of shared value for different companies. The research finds that three approaches are essential to allow a company to implement the concept. Strategies include redesigning existing products to meet shared value principles, realigning the value chain and promoting localized development among communities. The study concludes that shared value is a crucial methodology to improve the relevance of capitalism through the creation of an inclusive society.

Palabras claves:

Valor – compartido – herramienta – sociedad – inclusiva - empresa.

Keywords:

Value - shared - tool - society - inclusive - company.

Introducción

El panorama de negocios sigue siendo cada vez más competitivo a medida que la mayoría de las organizaciones persiguen estrategias de interés propio que buscan ubicarlos por encima de su rival comercial y socialmente. La innovación se ha convertido en un componente esencial de cada operación corporativa con empresas que apuntan a diferenciarse del resto como una manera de mantener el atractivo comunitario en los mercados (Petrakis, Kostis y Valsamis, 2015). Por ejemplo, la mayoría de la organización está buscando métodos para aumentar el valor que ofrecen a los consumidores en términos de bienes y servicios como medio para mostrar su preocupación por la sociedad. La mayoría de estas acciones tienen como objetivo crear la perspectiva de que la empresa se enfoca en algo más que solo comprometerse con el bienestar social. Tales tendencias han informado acciones tales como producir para compradores preocupados por la salud y el medio ambiente al minimizar los efectos dañinos de sus productos, como las huellas de contaminación en una empresa. La responsabilidad social es otra tendencia emergente que indica la generosidad corporativa y la prevención del daño comunitario al dar un paso adicional para aliviar los problemas contraproducentes (Boulouta y Pitelis, 2014).

Investigadores y líderes futuristas están buscando una alternativa más inclusiva en el concepto de valor compartido en el que las empresas buscan mejorar el valor social de la sociedad a través de sus acciones

elementales (Font, Guix, & Bonilla-Priego, 2016). El objetivo de este estudio es evaluar la posibilidad de desarrollar una sociedad inclusiva mediante la implementación de un valor compartido como herramienta estratégica para la gestión de empresas y otras instituciones sociales.

Antecedentes del estudio

El bienestar social se ha convertido en un patrón influyente para garantizar la competitividad de las empresas, ya que cada vez más consumidores son conscientes de los daños que surgen de las actividades corporativas. Por ejemplo, la conciencia ambiental se ha convertido en una fuerza influyente en la forma en que las organizaciones operan y mantienen su atractivo para sus compradores y otros agentes económicos (Turyakira, Venter y Smith, 2014). Luego, cada empresa está innovando de manera que pueda mejorar su visión pública y, al mismo tiempo, intentar superar a sus rivales al defender el liderazgo para garantizar el uso de los enfoques más creativos. Por ejemplo, la mayoría de los minoristas de comida rápida están buscando formas de minimizar el uso de envases de plástico al proporcionar las alternativas más adecuadas que atraigan a los consumidores por igual. Sin embargo, tales inversiones son costosas para las empresas a pesar de su respaldo al bienestar social (Grayson & Hodges, 2017). Por lo tanto, la mayoría de las empresas se están dando cuenta de que pueden convertir los desafíos sociales en oportunidades de negocios que pueden mejorar su rentabilidad actuando como adiciones innovadoras a los modelos

existentes o como nuevas operaciones. El concepto de valor compartido ofrece a las empresas una excelente plataforma para mejorar su capacidad operativa y rentabilidad, al tiempo que conserva su relevancia para los consumidores al promover el bienestar de la comunidad. Esta investigación tiene como objetivo ofrecer información sobre esta ideología para permitir que diferentes empresas determinen las mejores prácticas al establecer cómo se eleva por encima de otros enfoques.

Justificación del estudio.

Las motivaciones principales para que los empresarios y las empresas se involucren en negocios radican en desarrollar las soluciones más atractivas para la sociedad y usarlas como una oportunidad para generar ingresos. Por lo tanto, el bienestar social es un elemento crucial de toda acción organizativa porque ese es el aspecto que atrae a los compradores. Este estudio se enfoca en evaluar la viabilidad del valor compartido como un enfoque que puede permitir a una empresa perseguir ambos objetivos de manera sostenible y retener sus inversiones en los mercados que elija. Esta investigación espera desarrollar literatura que pueda promover un liderazgo empresarial que sea socialmente consciente y que se adhiera a los objetivos de rendimiento pertinentes. El estudio espera esbozar enfoques estratégicos que sean aplicables tanto a pequeñas como a grandes empresas para motivar su participación y crear un patrón sostenible para aliviar el desafío social existente. La finalización de esta investigación pretende alcanzar varios

objetivos que guiarán al investigador en la evaluación de los conceptos. Este estudio tiene como objetivo desarrollar una percepción del concepto de valor compartido y su importancia para crear una sociedad inclusiva cuando se enfoca en los negocios y la sociedad. Así también, la investigación también apunta a resaltar los elementos específicos del modelo que deberían atraer a las empresas y mejorar su uso de la estrategia.

Materiales y métodos

La selección de la mejor metodología es esencial para cualquier investigación para garantizar que cumpla con los objetivos relevantes de confiabilidad y validez. Esta investigación utilizará un diseño cualitativo para evaluar la información pertinente y derivar inferencias sobre el tema de interés. Los métodos cualitativos son esenciales para manejar datos no numéricos que se basan en la evaluación de temas para desarrollar una visión de un problema (Bryman & Bell, 2015). Este enfoque es necesario para esta investigación ya que necesita evaluar el contenido de fuentes secundarias y extraer conclusiones de los hallazgos literarios existentes. Un enfoque de revisión de la literatura facilita una evaluación del conocimiento existente sobre un tema y proporciona una vía para que el investigador desarrolle interpretaciones alternativas de los fenómenos (Hart, 2018). Este diseño es útil para esta investigación porque le permite al investigador evaluar también la relevancia del tema y los hallazgos para los marcos teóricos en este campo académico. Los enfoques de investiga-

ción abiertos son útiles para permitir que el investigador evite utilizar sus ideas preconcebidas para guiar sus operaciones de recopilación de datos (Bryman, 2016). El uso de la apertura de la estructura cualitativa permite al investigador analizar en profundidad la información relevante y eliminar el sesgo del investigador. Estos métodos son suficientes para concluir las percepciones hipotéticas de esta investigación y facilitan la recomendación de mejores prácticas en el campo de estudio.

Resultados y discusión El concepto y la historia del valor compartido.

Los investigadores están evaluando continuamente la credibilidad de los modelos existentes de gestión empresarial y social y proporcionan directrices para mejorar esos enfoques. Michael Porter y Mark Kramer son los defensores de una nueva tendencia en liderazgo y operación corporativa en nombre del valor compartido (Porter y Kramer, 2011). Este concepto abarca la forma en que las empresas pueden mejorar su papel en la sociedad al resolver los problemas sociales como operación principal. El valor compartido permite que una empresa obtenga ganancias al participar en modelos operativos que generan ingresos y promueven el bienestar de las comunidades que pueden incluir proveedores y compradores (Kramer, & Pfitzer, 2016). Varios debates sobre este concepto han surgido desde su creación por Porter y Kramer en 2006 y este interés se centra en permitir que los académicos desarrollen enfoques más adecuados y específicos de la industria para aumentar su aplicabilidad. Se necesita

más investigación para motivar a más empresas a utilizar este enfoque, que requiere la presencia de estrategias motivacionales para diferentes organizaciones. Por ejemplo, algunas organizaciones caritativas y no gubernamentales pueden sentir que sus objetivos ya han cumplido con las demandas de este concepto porque solo operan sobre la base del bienestar social como su objetivo principal. Sin embargo, es necesario diferenciar tales actos filantrópicos de la premisa del valor compartido para mejorar la comprensión del concepto.

El valor compartido se ha convertido en un concepto nuevo y reciente que necesita evaluaciones críticas para determinar su viabilidad en la promoción de la creación de una sociedad inclusiva. Algunos investigadores han indicado que el modelo es esencial para promover la viabilidad del capitalismo y mejorar el éxito de las empresas al permitir que las comunidades actúen en todo su potencial (Crane, Palazzo, Spence y Matten, 2014). Por ejemplo, asegurar el éxito económico de una determinada región proporciona más poder de gasto a los ciudadanos, lo que a su vez genera más ganancias para las empresas que venden en ella. Si bien los rendimientos pueden no ser tan directos como esto, el concepto también permite a las empresas crear rendimientos de sus operaciones centrales. Por lo tanto, el valor compartido se presenta como una alternativa para reducir o domesticar la voracidad corporativa al hacer que las empresas sean más conscientes socialmente en el centro de sus objetivos operativos (Beschoner, 2014). Por ejem-

plo, la promoción del abastecimiento ético permite que la empresa apoye a sus proveedores para que se adhieran a diferentes políticas y al mismo tiempo promueva la calidad de los productos que adquieren en su cadena de suministro. Por lo tanto, comprender el concepto de valor compartido es un paso esencial para determinar cómo difiere de los modelos preexistentes con objetivos similares y qué beneficios exactos ofrece a sus usuarios.

Comparando el valor compartido con la responsabilidad social

La concepción del valor compartido manifiesta los objetivos de la responsabilidad social corporativa ¹(RSC) en cierta medida, especialmente cuando se juzga su objetivo como el bienestar de las comunidades. La similitud es que ambas ideologías reflejan una tendencia en la que la sociedad ocupa un lugar central en los objetivos de desarrollo de una organización. Sin embargo, existe una diferencia elemental entre el valor compartido y la RSC que las empresas deben entender como un medio para perseguir las mejores prácticas. El valor compartido abarca la capacidad de generar valor económico dentro de la sociedad al garantizar un retorno a las comunidades y a los inversores simultáneamente (LaPierre, Wakayama y Wakayama, 2016). Por ejemplo, un procesador de café puede asociarse con agricultores para ofrecer a estos últimos habilidades y materiales que mejoren la productividad. En este caso, los productores se beneficiarán de tener

un mayor rendimiento, mientras que el fabricante también tiene acceso a productos de alta calidad para la venta, lo que indica una estrategia de beneficio mutuo. La RSC refleja un patrón en el que el negocio sacrifica un cierto costo para garantizar el bienestar social sin necesariamente obtener ganancias de ese compromiso (Saeidi, Sofian, Saeidi, Saeidi, y Saeidi, 2015). Por ejemplo, un fabricante de automóviles puede invertir en bosques en crecimiento cuyos árboles no cosechará para combatir el cambio climático y reducir el impacto de las emisiones de carbono. En este caso, el fabricante de automóviles no se beneficiará de esos bosques a pesar del impacto social positivo que ha tenido para las comunidades objetivo. Esta diferencia entre la RSC y el valor compartido es esencial para subrayar la importancia de la ideología anterior, especialmente en el entorno actual donde la conciencia del consumidor se nutre del impacto social de las diferentes operaciones corporativas.

La principal similitud existe en el objetivo de garantizar el bienestar social como la premisa para participar en los negocios. Tradicionalmente, la RSC fue la perspectiva filantrópica que una empresa generó al involucrar a las comunidades a través de acciones que motivaron un impacto positivo. El valor compartido se desarrolla en una premisa similar para invertir en actividades rentables que promueven igualmente la salud de la sociedad (Schneider, 2016). Ambos conceptos permiten al negocio involucrar a las comunidades como

¹ Del inglés Corporate Social Responsibility (CSR)

solucionadores de problemas, lo cual es esencial para mejorar la competitividad. Sin embargo, el valor compartido avanza un paso más allá al hacer que las estrategias de resolución de problemas sean las operaciones comerciales centrales, o al menos una parte significativa de los objetivos corporativos que generan retornos (Rangan, Chase y Karim, 2015). Por lo tanto, el concepto puede reemplazar los objetivos tradicionales de la RSC sin violar la perspectiva ética de las organizaciones en el mercado, que es el componente esencial que apoya la competitividad. El valor compartido es la mejor alternativa, ya que la empresa tiene la oportunidad de recuperar los costos que impone al bienestar social (Corazza, Scagnelli y Mio, 2017). El concepto es útil para mantener un equilibrio sostenible entre los objetivos empresariales y el bienestar social mediante la introducción de incentivos que deberían motivar a más empresas a emprender la estrategia. Por lo tanto, el valor compartido es un enfoque confiable para garantizar una metodología inclusiva para promover la competitividad empresarial y el bienestar comunitario.

Los beneficios del valor compartido

El objetivo principal de las estrategias de valor compartido es que superen los requisitos entre la competitividad empresarial y la resolución de desafíos sociales. Este escenario ofrece la mejor plataforma para que una empresa persiga objetivos similares a las necesidades de la sociedad. La capacidad de resolver problemas de la comunidad como parte del modelo de negocio es un enfoque esencial para mejorar el

valor de la marca en los mercados (Yunus, 2017). Las estrategias de valor compartido permiten a una empresa mantener la relevancia para los consumidores objetivo al abordar una brecha en su comunidad. Por ejemplo, Nestlé es uno de los fabricantes de alimentos más destacados cuyo objetivo es combatir la desnutrición a través de los productos que venden (Mehta, 2017). La compañía ha invertido en evaluar las dietas de la comunidad y los patrones de alimentación para comprender cómo pueden cumplir esos objetivos. Nestlé entonces beneficia a las comunidades al vender productos que satisfacen las necesidades nutricionales de la población, lo que hace que la marca sea relevante para los problemas de los compradores. La compañía luego genera retornos al mejorar su alcance en el mercado en las comunidades necesitadas que probablemente gastarán en un productor que entienda sus desafíos y ofrezca soluciones. Este escenario refleja los beneficios que la empresa obtiene al participar en un modelo de valor compartido de operaciones con las comunidades.

El costo de producción es un factor influyente en el desempeño de una empresa porque afecta incluso el precio al cual la organización venderá a los consumidores. Las actividades tradicionales destinadas a promover el bienestar social han sido un compromiso costoso que no genera ningún retorno directo para el productor. El valor compartido es una alternativa sostenible que permite a una empresa participar en programas socialmente responsables que solo son relevantes para sus operaciones y

establecer una vía para obtener ganancias (Lüdeke-Freund, Massa, Bocken, Brent y Musango, 2016). La organización puede perseguir este concepto incorporándolo en actividades preexistentes o desarrollando un nuevo modelo corporativo. Sin embargo, ambos escenarios reflejan la capacidad de generar ingresos y recuperar la inversión que la empresa pone en la promoción del bienestar social. Por ejemplo, si un minorista elige usar camiones eléctricos para manejar sus necesidades de transporte, la compañía habrá reducido su huella de emisiones sin arriesgar más inversiones en el objetivo de promover la conservación ambiental en su cadena de suministro. Esta acción indica que el vendedor solo se involucra en una actividad que crea valor para la sociedad y para sí misma sin perder ninguna inversión. Por lo tanto, las empresas deben buscar un valor compartido como una oportunidad rentable para mantener la competitividad y la sostenibilidad garantizando el bienestar de las comunidades.

Conclusiones

Este estudio evalúa el concepto de valor compartido y lo compara con estrategias similares y encuentra que es el enfoque más sostenible para garantizar una sociedad inclusiva. La ideología refleja una oportunidad en la que diferentes organizaciones y agentes económicos pueden promover el bienestar social sin perder necesariamente su inversión en las actividades. La evaluación indica que la búsqueda de un valor compartido permite a una organización identificar un desafío social y utilizar las soluciones pertinentes como oportu-

nidades de negocio que pueden generar retornos. El investigador destaca cómo el concepto se relaciona con ideologías pre-existentes como la RSC y encuentra que la nueva propuesta solo promueve esas percepciones con una mejora en el suministro de una plataforma simbiótica entre las empresas y las comunidades. Por lo tanto, las empresas deben utilizar este enfoque para mejorar la relevancia de sus acciones, ayudando a aliviar los desafíos de la sociedad. La tendencia del valor compartido es específicamente útil en el panorama corporativo altamente competitivo que también se basa en la sostenibilidad como un factor de influencia de la innovación (Ghasemi, Nazemi y Hajirahimian, 2014). El concepto ofrece varios beneficios comerciales que incluyen la capacidad de mejorar el valor de marca de una organización. Este aspecto surge de mantener la relevancia social al ofrecer productos y servicios que resuelven directamente un problema en las comunidades. El valor compartido también ahorra costos operativos al permitir que una organización busque programas socialmente conscientes sin perder ninguna inversión. Por lo tanto, empoderar a las empresas y comunidades para participar en visiones de valor compartido es esencial para mejorar la construcción de una sociedad inclusiva.

El principio primordial de los objetivos de valor compartido es crear una sociedad donde las empresas utilicen sus operaciones para resolver problemas sociales. Los principios básicos del concepto reflejan su capacidad para sostener una sociedad inclusiva en la que cada agente económico

es consciente de su impacto en la comunidad y busca alternativas que pueden mejorar los resultados pertinentes. Por ejemplo, las empresas aumentarán su conocimiento sobre los efectos de los productos y servicios que ofrecen, lo que los motiva a realizar actividades que generan un resultado positivo para los consumidores y otros participantes (Moore, 2014). Este enfoque refleja un escenario en el que las empresas y las comunidades participan en proyectos de investigación que evalúan cómo las diversas acciones influyen en el cambio social, lo que conduce a una mejora continua e inclusiva en las empresas. Por ejemplo, Starbucks tiene como objetivo permitir que los productores de café que suministran sus procesos practiquen una agricultura rentable y respetuosa con el medio ambiente, que promueve la calidad de los granos que Starbucks obtiene al tiempo que permite a los agricultores obtener mejores rendimientos (Vikström, 2018). Esta acción también promueve la conservación del medio ambiente, lo que indica que la compañía está logrando la RSC mientras se beneficia directamente del compromiso. Dichas operaciones también reciben retroalimentación constante de las comunidades utilizando diferentes enfoques, como la investigación activa para informar las mejores prácticas e implementaciones. Por lo tanto, este concepto es una herramienta esencial en la gestión corporativa y social la cual puede permitir la construcción de una sociedad inclusiva. Las empresas deben esforzarse por utilizar diversas estrategias que les permitan crear valor compartido como un componente integral de sus operaciones.

Recomendaciones sobre cómo crear valor compartido

Los agentes económicos tienen diferentes enfoques que pueden permitirles desarrollar una sociedad inclusiva utilizando un valor compartido como principio guía. La investigación actual sobre el proyecto no ha ofrecido ningún marco específico de la industria para dirigir los objetivos y acciones que los participantes relevantes deben perseguir. Sin embargo, los fundadores del concepto han resaltado tres áreas clave que son esenciales para crear valor compartido y pueden ofrecer un resumen general de los objetivos que las empresas y las comunidades deben emprender para implementar el concepto. El primer enfoque abarca los modelos de negocios existentes y propone el desarrollo de productos y servicios más nuevos que resuelvan los desafíos sociales al mismo tiempo que devuelven beneficios a la organización (Tantalo y Priem, 2016). Este enfoque requiere que las empresas tengan que repensar sus ofertas a los consumidores y buscar alternativas que puedan aliviar el impacto que sus bienes y actividades crean en los mercados. Por ejemplo, Nestlé ha invertido en programas de investigación que analizan los patrones dietéticos y ofrecen alimentos en su línea de productos que ayudan a los compradores a combatir la desnutrición (Parasar y Bhavani, 2016). Esta operación refleja un caso en el que la empresa está mejorando el valor de la marca al resolver un desafío social y al mismo tiempo mejorar su competitividad. Por lo tanto, las organizaciones pueden generar valor compartido

en sus operaciones existentes al repensar sus productos y servicios y usarlos para empoderar a las comunidades.

Las diferentes actividades de la cadena de suministro también pueden influir en el impacto de un negocio en la sociedad, incluso cuando esas operaciones caen fuera de su alcance de control. Por ejemplo, los programas de proveedores y distribuidores pueden afectar la productividad de una organización e incluso su perspectiva en las comunidades. Este aspecto ofrece a las empresas la oportunidad de crear valor compartido a través de la reorganización de su cadena de valor actuando como administradores del cambio social (Scagnelli y Cisi, 2014). Por ejemplo, diferentes compañías están siguiendo la estrategia de abastecimiento ético como una forma de influir en los métodos de producción sostenibles para sus proveedores (Bocken, Rana y Short, 2015). Esta acción indica que el productor ha asumido una función de mayordomía para garantizar que los proveedores cumplan con las políticas y necesidades sociales relevantes sin perder ninguna inversión. El valor compartido requiere una estrategia inclusiva que evalúe y alinee a todas las partes interesadas hacia objetivos que satisfagan las necesidades de la sociedad a través de los compromisos principales de la organización. Las empresas y las comunidades se están involucrando en métodos de producción que generan valor para todos los participantes en cada etapa de la actividad, lo que luego empodera la acción social colectiva. Tales enfoques son necesarios para aliviar las crecientes criti-

cas sobre los efectos de las operaciones corporativas en las economías, el medio ambiente y las sociedades. Por ejemplo, el abastecimiento ético garantiza que un productor resalte las necesidades de los proveedores al empoderarlos y al mismo tiempo atender a las comunidades al reducir las adversidades comerciales. Por lo tanto, el rediseño de la cadena de valor para mantener la conciencia de las necesidades empresariales y sociales es una de las directrices más estratégicas para implementar el valor compartido.

La estrategia final para crear valor compartido abarca la capacidad de promover el crecimiento local mediante la participación colectiva de los actores económicos relevantes. Esta propuesta se enfoca en llevar las actividades de producción directamente a las comunidades como consumidores y proveedores a través de esfuerzos de colaboración que pueden incluir otros negocios de una manera que localice el desarrollo sostenible (Dembek, Singh, & Bhakoo, 2016). Por ejemplo, una empresa puede optar por trasladar sus instalaciones de fabricación a las localidades que le suministran las materias primas en lugar de tener que transportar esos recursos a largas distancias. Este enfoque beneficia tanto a la empresa como a los proveedores al reducir el costo de transferir los bienes. Otras ventajas para las comunidades incluyen acercar las oportunidades de empleo con la capacidad de suministrar también al fabricante sin involucrar a intermediarios. Tales estrategias indican el principio de valor compartido al ofrecer alternativas que

resuelven un problema social y al mismo tiempo facilitan que la organización genere más ingresos al ahorrar costos operativos. Por lo tanto, facilitar el desarrollo local a través del valor compartido es la estrategia más apropiada para redefinir el papel de las empresas en la sociedad y generar prosperidad económica para todos los agentes económicos pertinentes.

Referencias bibliográficas

- Beschorner, T., & Hajduk, T. (2017). Creating Shared Value. A Fundamental Critique. In *Creating Shared Value—Concepts, Experience, Criticism* (pp. 27-37). Springer, Cham.
- Bocken, N. M. P., Rana, P., & Short, S. W. (2015). Value mapping for sustainable business thinking. *Journal of Industrial and Production Engineering*, 32(1), 67-81.
- Boulouta, I., & Pitelis, C. N. (2014). Who needs CSR? The impact of corporate social responsibility on national competitiveness. *Journal of business ethics*, 119(3), 349-364.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford university press.
- Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business research methods*. Oxford University Press, USA.
- Corazza, L., Scagnelli, S. D., & Mio, C. (2017). Simulacra and sustainability disclosure: analysis of the interpretative models of creating shared value. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(5), 414-434.
- Crane, A., Palazzo, G., Spence, L. J., & Matten, D. (2014). Contesting the value of “creating shared value”. *California management review*, 56(2), 130-153.
- Dembek, K., Singh, P., & Bhakoo, V. (2016). Literature review of shared value: a theoretical concept or a management buzzword?. *Journal of Business Ethics*, 137(2), 231-267.
- Font, X., Guix, M., & Bonilla-Priego, M. J. (2016). Corporate social responsibility in cruising: Using materiality analysis to create shared value. *Tourism Management*, 53, 175-186.
- Ghasemi, S., Nazemi, M., & Hajirahimian, T. (2014). From corporate social responsibility (CSR) to creating shared value (CSV): Case study of Mobarakeh Steel Company. *Global Business and Management Research*, 6(1), 15.
- Grayson, D., & Hodges, A. (2017). *Corporate social opportunity!: Seven steps to make corporate social responsibility work for your business*. Routledge.
- Hart, C. (2018). *Doing a Literature Review: Releasing the Research Imagination*. Sage.
- Kramer, M. R., & Pfitzer, M. W. (2016). The ecosystem of shared value. *Harvard business review*, 94(10), 80-89.

*Corporate social responsibility
and socioeconomic and
inclusive development*

Responsabilidad social corporativa y desarrollo socioeconómico e inclusivo.

AUTOR: J. Orozco Carrillo¹, E. Melendres Medina², P. Alvear Haro³, N. Alarcón Muñoz⁴

1. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
2. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

3. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
4. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

RESUMEN

La responsabilidad social corporativa es una actividad emprendida para contribuir y ayudar a la empresa a devolver a la sociedad los beneficios que ha obtenido. Se ha visto que la RSE es algo en lo que las empresas se han centrado cada vez más para mejorar la reputación de las empresas y proporcionar una imagen positiva en la sociedad. El documento analiza las actividades de RSE en América Latina a través de una metodología de investigación de revisión de la literatura que utiliza las fuentes existentes en las actividades de RSE en los países de América Latina, así también busca los distintos tipos de actividades de RSE emprendidas por las compañías y cómo ha impactado cada una. De las diversas publicaciones, se puede ver que las empresas, a menudo las pequeñas, invierten una pequeña cantidad y buscan evitar la participación, pero a partir de las diversas literaturas se puede ver que las compañías que están altamente involucradas aseguran el desarrollo sostenible en la sociedad. Muchos ejemplos de las actividades de RSE en Colombia, Bolivia y Honduras se analizaron en el documento y se vio que la responsabilidad corporativa ha ayudado en el desarrollo de las sociedades y es algo en lo que se centran las empresas en la región de América Latina, aunque se encuentran con muchos obstáculos.

RESUMEN

Corporate social responsibility is an activity undertaken to contribute and help the company to return to society the benefits it has obtained. It has been seen that CSR is something that companies have focused more and more to improve the reputation of companies and provide a positive image in society. The document analyzes CSR activities in Latin America through a literature review research methodology that uses existing sources in CSR activities in Latin American countries, as well as looking for the different types of CSR activities undertaken by companies and how each has impacted. From the various publications, you can see that companies, often small, invest a small amount and seek to avoid participation, but from the various literatures you can see that companies that are highly involved ensure sustainable development in the society. Many examples of CSR activities in Colombia, Bolivia and Honduras were analyzed in the document and it was seen that corporate responsibility has helped in the development of societies and is something that companies focus on in the Latin American region, although they encounter many obstacles.

Palabras claves:

Responsabilidad – social – corporativa – desarrollo – socioeconómico – inclusivo

Keywords:

Responsibility - social - corporate - development - socioeconomic – inclusive.

Introducción

Los países latinoamericanos se han encontrado durante años en un sistema de desigualdad en el que la brecha entre tener y tener no ha aumentado considerablemente (CEPAL, 2017). Hay muchos vínculos o causas para esto que van desde la caridad, la solidaridad, el paternalismo y las relaciones de explotación. La distancia así creada, ha causado muchas desconfianzas entre la gente de estas regiones y la clase de negocios. A lo largo de los años, muchas compañías han empezado a tratar de cerrar esta brecha y regresar a la sociedad y ayudar a mejorar las relaciones. Se dice que el desarrollo de la RSE en los últimos 25 años ha sido el resultado de los cambios que se han producido en la economía política global (Manokha, 2004). El cambio que se ha producido ha cambiado el tradicional sistema de bienestar central a un mercado, gobernanza impulsada que se puede ver en la actualidad. El proceso de este nuevo gobierno requiere la transferencia de responsabilidades de las autoridades reguladoras a las personas y empresas que impulsan este mercado. Esto no significa de ninguna manera que el centro o el estado no sea poderoso o no se requiera, pero en la actualidad las políticas y estrategias a menudo son impulsadas o influenciadas por fuerzas externas como las corporaciones dentro del estado (Demant, 2005). Se deben enfocar en su imagen y en la imagen de responsabilidad social que se proyecta hacia las personas que los rodean y para ello se han tomado

en cuenta los modelos de responsabilidad social para la gestión de sus actividades cotidianas. (Galbreath, 2010) El propósito de este documento es comprender la RSE y el impacto que esto tiene en las personas de los países de América Latina y cómo la RSE puede ayudar a desarrollar una estructura de crecimiento inclusiva en el estado. A lo largo de los años, se han realizado muchas investigaciones sobre el tema para explorar el impacto de la RSE y cómo ha impactado a los distintos países. Este documento tiene como objetivo restringir las empresas, las influencias que tienen y la participación de las empresas en el desarrollo del estado y la comunidad.

Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

La idea de la RSE surgió por primera vez en 1953, cuando el tema se convirtió en de interés académico cuando se introdujo en las “Responsabilidades sociales del negocio” de HR Bowen y, desde entonces, se han realizado numerosas investigaciones para comprender el sistema y cómo implementarlo en una empresa (Fakay & Buragohain, 2015). La RSE puede tener dos conceptos que significarían lo mismo. El primero es que la RSE no es nada, sino un conjunto de ética que la organización desea practicar y desea que sus empleados internos y externos también sigan. El segundo significado definiría la RSE como la responsabilidad que cada organización tiene para contribuir al desarrollo de la sociedad circundante en lugar de ser un negocio orientado a la ganancia (Hamidu,

Haron y Amran, 2015). Teniendo en cuenta que el negocio existe dentro de una sociedad, es importante que le devuelvan algo a la comunidad en la que existe (Vastradmath, 2015). Las empresas son parte de la sociedad, por lo tanto, es crucial para ellos actuar como parte de esta sociedad y actuar responsablemente más allá del desempeño financiero. Debido a la imagen positiva, se proyecta a la sociedad, y las corporaciones del mundo han adoptado este concepto y lo han denominado Responsabilidad Social Corporativa. La comisión europea define el concepto de RSE como las contribuciones voluntarias hechas por las empresas al desarrollo de la sociedad y lo hacen más limpio en términos del entorno en el que vivimos (Vastradmath, 2015). Al principio, la RSE se consideraba un evento que se practicaría solo en los países desarrollados y la literatura de estas prácticas era abundante, mientras que la contribución de la RSE en los países en desarrollo era muy escasa. En los últimos 20 años, hemos visto a la mayoría de las empresas europeas e internacionales comenzar a interesarse en el área de la RSE para garantizar que puedan minimizar los impactos sociales, económicos y ambientales negativos que la organización podría tener que enfrentar mientras trabaja en diferentes países. (Biedma-Ferrer, López-Fernández, y Romero-Fernández, 2015). Con el tiempo, muchas instituciones se han establecido para formular reglas y métodos para promover y comunicar la responsabilidad social de la organización

y obtener legitimidad para el trabajo realizado. Algunas de estas instituciones son WBCSD (Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Empresarial Sostenible), OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) y OIT (Organización Internacional del Trabajo) son algunos ejemplos (Fuentes-García, Núñez-Tabales, y Veroz-Herradón, 2008). Hay un conjunto de agencias que propone estándares a nivel internacional que permiten la regulación y acreditación de la Responsabilidad Social. Las principales entre estas normas son GRI (Global Reporting Initiative) e ISO26000 (Marimon, Alonso-Almeida, Rodríguez, y Cortez Alejandro, 2012). Estas normas están presentes o existen como una medida para garantizar que el trabajo realizado por las empresas esté dentro de los requisitos y las leyes de la tierra y no tenga un impacto negativo en la organización o la sociedad en general. Sin embargo, se ha dicho que la RSE es un sistema voluntario y se utiliza para mostrar cómo una entidad responsable es un negocio, la verdad podría no ser la misma. El sistema de RSE tiene el negocio en el centro y alrededor de él están los incentivos, las presiones y la promoción que incluiría a muchos otros individuos o actores. Estos actores pueden ser estatales, locales de la industria y las empresas, las organizaciones de la sociedad civil independientes, el trabajo organizado y quizás las instituciones educativas de la zona (Haslam, 2004). No termina ahí, la empresa también podría enfrentar actores de países extranjeros o

gobiernos extranjeros, ONG internacionales e incluso fundaciones privadas que podrían tener su base en países extranjeros. Se dice que este sistema es aún más cierto

en los países de América Latina, y un sistema que muestra el negocio y las diversas fuerzas que lo rodean se puede ver en la siguiente imagen:

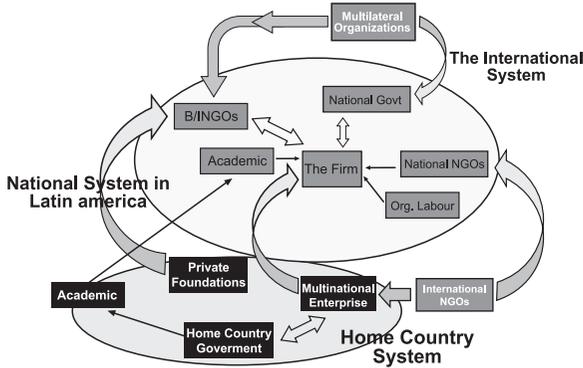


Figura 1
Fuente del sistema CSR:
(Haslam, 2004)

En este sistema hay ciertas relaciones en las que se debe enfatizar y una de las más importantes es la relación entre la empresa, las ONG de la industria empresarial y el estado. Esta relación es lo que forma las pautas para que la organización de el siguiente paso hacia la adopción de políticas con respecto a la RSE e incluso a las políticas cuando sea necesario. Las relaciones son el poder ejercido por la mayoría de estos actores externos, son lo suficientemente poderosos como para cambiar las opiniones de los individuos y se ha visto que la organización ha tenido la necesidad de alterar el enfoque que debe adoptar en ciertos casos.

Se ha encontrado a menudo que la RSE se divide en dos teorías, una de las cuales es la teoría del accionista y la otra es la de la teoría de los interesados. Según la teoría de los accionistas, establece que la responsa-

bilidad principal de la empresa es con los accionistas de la empresa y maximizar su beneficio (Friedman, 2004). La responsabilidad social según esta teoría es respetar a la sociedad y maximizar el beneficio para los accionistas. También establece en esto que el objetivo de una empresa es ser rentable y, a medida que la organización se vuelve rentable, las personas a su alrededor se desarrollan y comienzan a ganar una mejor vida, por lo que dicen que la atención debe centrarse en el crecimiento. Edward Freeman desafió esta opinión y afirmó que no solo los propietarios tienen un impacto en el negocio, sino que cualquier persona que tenga una participación en la organización está asumiendo un riesgo y, por ejemplo, dice que los empleados arriesgan sus trabajos. Esta teoría de las partes interesadas establece que cuando las empresas esta-

blecen una estrategia, debe tener en cuenta el bienestar y el bienestar de las partes interesadas (Freeman, 2004). Esta teoría establece que las partes interesadas no deben utilizarse como instrumentos o herramientas para obtener ganancias. También se basa en los hallazgos de que la maximización de las ganancias no siempre ha sido beneficiosa para la sociedad en general, por lo tanto, debe ser reincorporada, y la teoría del accionista explota a la sociedad y, por lo tanto, no es ética, por lo que el cambio a la teoría de las partes interesadas fue requerido.

RSE en países en desarrollo

Como se dijo antes, la investigación sobre los impactos de la RSE en los países en desarrollo es muy escasa, pero ha habido una tendencia reciente de medición o investigación realizada en estas áreas. Uno de los países en desarrollo que ha visto un aumento en la iniciativa de RSE ha sido India. Se han visto muchas investigaciones en la India y en 1989 se encontró que, de las 500 empresas principales, el 49% de las empresas informaban sobre la RSE (Fakay y Buragohain, 2015). Se realizó una investigación de cómo Bharat Petroleum Corporation era una corporación pública y realiza RSE y muestra que existe una relación entre la corporación y la sociedad en la que existe. La investigación mostró que la organización había dado muchos pasos para servir a la sociedad al proporcionar diversos servicios (Shah y Bhaskar, 2010). Monika Hartman realizó una investigación en el campo de

CRS en los sectores de alimentos y descubrió que las organizaciones con alto valor de marca consideraban más necesario centrarse en la RSE en comparación con otros (Hartman, 2011). En la investigación se encontró que las empresas que se centran en la RSE se desempeñan mejor pero que a las PYME en el sector les gusta controlar el servicio que descarga hacia su consumidor y no están tan entusiasmadas con el enfoque de la RSC como lo consideran. como innecesario

La RSE también está generalizada en los países de América Latina que dijeron que las fuentes se denominan mixtas y no es confiable, ya que algunas fuentes elogian y afirman que el sector privado está realizando una gran cantidad de trabajo, mientras que otros afirman que no se está trabajando. Existe alguna prueba de investigación real, y dicen que la contribución de la RSE en el desarrollo social y económico suele verse obstaculizada por las mismas fuerzas que limitan el crecimiento de las empresas privadas en el país. (Peinado-Vara, 2006) Algunos de los factores que se mencionan son, entre otros, la inferioridad y la falta de capacidad institucional sólida en el estado (Pratt & Fintel, 2002). Otro factor es el entorno menos favorable para el crecimiento de las PYME y las empresas, junto con políticas y gobierno corporativo débiles (Chong, Izquierdo, Micco y Panizza, 2003). Es importante que las empresas que se centran en la RSE consideren la situación en estos países y tomen en consideración las necesidades del área y actúen en consecuencia.

Las políticas de RSE en estos países a menudo están influenciadas por instituciones y ONG internacionales (Haslam, 2004). Hay una falta general de propiedad cuando se trata de las políticas de RSE.

Este documento busca centrarse en los procedimientos o actividades de RSE que realizan las empresas en los países de América Latina para ver qué tipo de desarrollo han comprado. Los objetivos del estudio son:

- Comprender y estudiar el tipo de actividades de RSE emprendidas por la organización en los países latinoamericanos.
- Revisar el enfoque de las empresas, el trabajo y las empresas, y cómo se implementa la RSE.
- Evaluar el impacto de las diversas medidas adoptadas en materia de RSE.

Materiales y métodos

Estudiar el impacto y la contribución de las empresas latinoamericanas al desarrollo y la mejora de la sociedad y las políticas que emprenden para mejorar la situación actual de la comunidad que existen en la investigación se centra en examinar en profundidad los principales ejemplos de esta situación, donde las empresas se han centrado en la RSE o han contribuido al crecimiento de la sociedad en los países de América Latina. Para este propósito, los investigadores realizaron la búsqueda en internet de varias revistas y publicaciones que muestran las historias de éxito de la RSE en los distintos países. La atención se centrará en comprender y explicar el resultado de cómo

la empresa ha ayudado a la sociedad con los pasos tomados y qué pasos se tomaron y cómo ayudó a promover el desarrollo socioeconómico. La investigación es teórica y se basa completamente en la literatura existente y las revistas disponibles en línea, todas con una fuente.

La principal limitación del estudio es que el patrón mostrado no es de ninguna manera una comprensión clara de la RSE en los países de América Latina, ya que la mayoría de estas muestras son solo una pequeña parte del panorama general. Por lo tanto, los resultados se basan en estos pocos casos y no en una perspectiva general de la cultura y responsabilidad corporativa en los países de América Latina.

Resultados y discusión

Como se mencionó en los capítulos iniciales del documento, la RSE puede ser una teoría de partes interesadas o una teoría de accionistas. Otra herramienta de CRS que existe en uso es Martins Value Matrix, que tiene en la línea horizontal cuatro cuadrantes de los cuales los dos primeros están dentro del alcance de la fundación social, mientras que los dos últimos son una extensión a la frontera de la innovación. El eje vertical enumera las partes interesadas y los participantes en estas actividades (Martin, 2002). Teniendo esto en cuenta, las actividades en los países latinoamericanos pueden comprarse bajo la matriz y combinarse con teorías de partes interesadas, y en el mapeo del sistema tenemos la siguiente figura.

Scope Stakeholders	Compliance with law	Observe social norm by choice	Direct integration into business	Social investment
Groups with direct link to business	OSH /EEO Consumer Protection	Fair trade		
Other groups with ties to business	Antitrust regulation	Cluster competitiveness		
Local community	Local content	Local culture		
Society	Environmental protection	Social inclusion		

Figure 2 CSR Matrix

En América Latina, a partir de diversos artículos de investigación, se puede decir que las organizaciones se centran en tener varios tipos de intervenciones de RSE para lograr sus objetivos en estos países. Uno de los cambios más importantes que sucedió que ayudó a impulsar las actividades de RSE fue la difusión de la democracia en estos países, ya que las personas pudieron finalmente elegir un gobierno por sí mismas y ayudar a la sociedad a transformarse (d'Arcais, 1992). En América Latina, las actividades de RSE varían en gran escala y hay diferentes tipos de servicios proporcionados por diferentes empresas, directa o indirectamente.

La filantropía es a menudo vista como el tipo de CSR base, una corporación que no desea participar demasiado en las actividades involucradas. Es uno de los métodos más fáciles disponibles y ha visto a muchas organizaciones donar dinero a varias organizaciones que ayudan a la sociedad y, a menudo, a la filantropía. Puede verse como el trampolín al resto de los sistemas.

La inversión social es otra política seguida por las empresas en América Latina. El segundo paso dado por las compañías en

las empresas latinoamericanas se enfocó en que debería haber una interacción e inversión directa en la RSE en lugar de solo donar algo de dinero al sistema. Teniendo esto en cuenta, se realizaron los cambios y se realizaron muchas campañas de sensibilización como resultado de un paso de este tipo para informar a las personas sobre las situaciones en las que se encontraban y los cambios que se pueden realizar. RedEAmérica es un excelente ejemplo de un sistema de este tipo que ha llevado a cabo dos programas, uno para desarrollar y mejorar la organización basada en la comunidad y el segundo para desarrollar instituciones que apoyen el desarrollo comunitario con interés público (Villar, 2003). Se han tomado muchos pasos aquí para crear interés y desarrollar plataformas a través de las cuales las empresas o corporaciones pueden participar. Una de las cosas que se encuentran en los países en desarrollo como la de América Latina es la de la integración directa. Aquí es donde la RSE explora directamente o se vincula con la comunidad y trabaja para ellos o ayuda a mejorar la sociedad.

En una pequeña ciudad en el norte de

Honduras, concretamente en los Cayos Cochinos, donde viven los indios Arawak, los garífunas residen con su cultura y tradiciones únicas, lo que ha llevado a nombrarlos en la lista de la Cultura del Patrimonio Mundial de las Naciones Unidas. Dicho esto, los garífunas se encuentran en una situación de extrema pobreza y carecen de instalaciones sanitarias y de acceso a la educación. También enfrentaron amenazas a su entorno, lo que los habría llevado a enfrentar amenazas más graves y, luego de un informe del estudio del Instituto Smithsonian, se formó una fundación conocida como la Fundación Cayos Cochinos. Esta fundación vio a miembros de empresas ubicadas en Honduras junto con varias corporaciones multinacionales, y ayudaron a establecer las necesidades necesarias para proteger la cultura y el medio ambiente. ¿Por qué? El área y los temas estuvieron constantemente en las noticias durante algún tiempo, y el proyecto atrajo la atención de foros globales como World Wildlife Fund, que crearon un sentido de prestigio para la empresa y llevaron a la creación de dicho sistema. La financiación condujo a la creación de empleos para los garífunas nativos, los fondos ayudaron a establecer hospitales y centros educativos en toda el área e incluso los cambios de políticas de los gobiernos han visto la promoción de microempresas en estas áreas, lo que muestra el impacto cuando las empresas se involucran en Los proyectos. (Santiago, 2004).

En Bolivia, se sabe que el departamento de

Oruro alberga más del 5% del total de habitantes del país y no solo este asentamiento está cerca de la mina de oro Inti Raymi, que es la única responsable de la creación de más de 800 empleos en el país. y se sabe que es la fuente de pagos cercana a 8.2 millones de dólares en salarios y beneficios. En una muestra de responsabilidad social y dando el primer paso, la compañía que administra la mina The Newmont Mining Company decidió dar el siguiente paso en CSR y ha estado pagando a sus trabajadores el salario más alto en comparación con los promedios nacionales. La compañía también tomó medidas para brindar atención médica y servicios educativos a todas sus familias, lo que se ha extendido y ha ayudado a que la comunidad crezca (Gutiérrez y Jones, 2007). En 1991, uno de los antiguos presidentes de la compañía, Mario Mercado, decidió formar una fundación que encabezaría el desarrollo y la sostenibilidad en la región al formar alianzas entre los sectores privado, público y de la sociedad civil (Bouton, 1998). La fundación proporcionó educación y llevó a cabo muchos programas que ayudaron a las personas a lograr una mejor comprensión de sus derechos y otras cuestiones y, debido a su participación y su participación en los mismos, podrían contribuir mejor, y la fundación y las empresas podrían aprender a mejorar y planificar el futuro. para el futuro. Este estudio muestra que las corporaciones deben buscar explorar más y aprender de las actividades de RSE.

Hasta el hallazgo de petróleo en la ciudad

rural de Hulia, Colombia no había ningún desarrollo básico de ninguna manera y la gente allí era pobre y sin instalaciones de atención médica ni nada. La crisis del petróleo en 1970 impulsó la industria y las comunidades de esta región decidieron solicitar instalaciones básicas. Esta solicitud fue aceptada y respondida por la compañía conocida como Hocol que comenzó a contribuir al desarrollo de la comunidad mediante la construcción de escuelas e instituciones de atención médica. Debido a los problemas económicos que enfrenta la compañía, los proyectos que subcontrató anteriormente fueron realizados por la fundación que la empresa había establecido 5 años antes para el problema. La compañía decidió no construir cosas, pero también educar a las personas sobre el medio ambiente y ayudarlas a comprender cómo abordar estos problemas. Debido a otra crisis económica, la compañía se vio obligada a recortar su presupuesto, pero hasta ese momento era la única responsable de brindar educación y atención médica a esta área y; finalmente, el gobierno también comenzó a contribuir con la fundación a hel (Kerr, 2013) p. El impacto de Hocol se puede ver en la guerra civil de 2003 contra las compañías petroleras donde se atacaron las plataformas petroleras de todas las demás compañías. La empresa pudo transformar la sociedad y ayudarles a comprender las situaciones que los rodeaban y ayudarlos a ser sostenibles a través de los diversos programas que aseguraron que la organización, incluso después de

que abandonara el tejido social, fuera lo suficientemente fuerte como para mantener estas iniciativas en marcha (Gutiérrez y Uribe, 2004).

Conclusiones

La Responsabilidad Social Corporativa no es algo con lo que las empresas deban hacerse cumplir, sino algo en lo que deberían estar dispuestos a participar, ya que cuanto mejor y más feliz sea la comunidad, la mejor imagen que presenta al mundo de la empresa en particular. La responsabilidad social corporativa no es algo que las empresas puedan optar por ignorar por más tiempo, ya que se ha convertido en parte de la estrategia corporativa para retratar una buena imagen y mejorar las relaciones sociales con la comunidad. Los beneficios no son de un solo lado y son tanto para las personas, como para la compañía, siempre que la empresa se involucre en el proceso y no solo done dinero y termine con eso. La RSE en los países en desarrollo es un área extremadamente crucial y países como el de América Latina recurren a empresas como la MNC para ayudarles a obtener una vida y sacarlos de la pobreza. Esta investigación fue un vistazo a cómo han estado las empresas en estos países, y utilizamos la metodología de investigación para comprender el impacto que ha tenido la RSE en esta región. Vimos que hay muchos tipos de participación en la RSE y el mejor estudio de caso fue el de Hocol en Colombia, que siguió desarrollando sus actividades de RSE de manera que

los individuos de la comunidad pudieran sostener el desarrollo incluso sin su presencia mediante la creación de un tejido social, por lo tanto, demostrarlo como La mejor forma de sistema de RSE. Este tipo de sistema en el que la empresa está totalmente involucrada ayuda tanto a la comunidad como a la organización a establecer relaciones sólidas también. Por lo tanto, a partir de la investigación, podemos ver que hay muchas empresas que han participado activamente en la RSE, pero su participación es lo que varía en la sociedad.

Referencias Bibliográficas

- Biedma-Ferrer, J. M., López-Fernández, M., & Romero-Fernández, P. M. (2015). The collective labour agreement as a key tool for driving corporate social responsibility: banking sector analysis. *Cuadernos de Gestión*, 17(2), 135-156.
- d'Arcais, F. (1992). *Etica senza fede*. Rome: Einaudi.
- Demant, D. (2005). Campaigns of corporate social responsibility: The case of Canadian Oil Producer EnCana. University of Windsor.
- ECLAC. (2017, December 20). Poverty Increased in 2016 in Latin America and Reached 30.7% of the Population, a Percentage Seen Holding Steady in 2017. Retrieved from <https://www.cepal.org/en/press-releases/poverty-increased-2016-latin-america-and-reached-307-population-percentage-seen>
- Fakay, Y., & Buragohain, B. (2015). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A REVIEW. *Indian Journal of Research*, 4(2), 197-200.
- Freeman, R. (2004). A Stakeholder Theory of the Modern Corporation. In *Ethical Theory and Business*. Prentice Hall: Pearson.
- Friedman, M. (2004). *Ethical Theory and Business*. Prentice Hall: Pearson.
- Fuentes-García, F. J., Núñez-Tabales, M., & Veroz-Herradón, R. (2008). Applicability of corporate social responsibility to human resources management: Perspective from Spain. *Journal of Business Ethics*, 82, 27-44.
- Galbreath, J. (2010). How does corporate social responsibility benefit firms? Evidence from. *European Business Review*, 22(4), 411-431.
- Gutiérrez, R., & Jones, A. (2007). Corporate Social Responsibility in Latin America: An Overview of Its Characteristics and Effects on Local Communities. Research Gate. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/228133697>
- Gutiérrez, R., & Uribe, E. (2004). "La transformación de las comunidades en el área de influencia de Hocol. Bogota: Mimeo.
- Hamidu, A. A., Haron, H., & Amran, A. (2015). Corporate Social Responsibility: A Review on Definitions, Core Characteristics and Theoretical Perspective. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 83-95.
- Hartman, M. (2011). Corporate Social Responsibility in the food sector. *European Review of Agriculture Research*, 38(3), 297-324.
- Haslam, P. (2004). The Corporate Social Responsibility System in Latin America and

the Caribbean. Ottawa: FOCAL.

James, K. (2004). CSR in Environmental Protection and Human Development: Two Different but Complementary Objective. Retrieved from Inter American Foundation: <https://www.iaf.gov/reach/>

Kerr, S. F. (2013). A Critical Analysis of Multinational Oil Companies' Corporate Social Responsibility in Colombia and Venezuela. The Dynamics of Two Models. University of Bartford.

Manokha, I. (2004). Corporate Social Responsibility: A New Signifier. An alaysis of business ethics and Good Business practice, 24(1), 56-64.

Marimon, F., Alonso-Almeida, M. M., Rodríguez, M. P., & Cortez Alejandro, K. A. (2012). The worldwide diffusion of the global reporting initiative: What is the point? *Journal of Cleaner Production*, 33, 132-144.

Martin, R. L. (2002). The Virtue Matrix: Calculating the Return on Corporate Responsibility. *Harvard Business Review*, 5-11.

Peinado-Vara , E. (2006). Corporate Social Responsibility in Latin America. *JCC*, 21, 61-69.

Pratt, L., & Fintel, E. (2002). Environmental Management as an Indicator of Business Responsibility in Central America. In P. Utting, *The Greening of Business in Developing Countries: Rhetoric, Reality and Prospect* (pp. 41-57). London: Zed Books.

Shah, S., & Bhaskar, S. (2010). Corporate Social Responsibility in an Indian Public Sector Organisation: A case study of Bharat Petroleum Corporation Ltd. *Journal of hu-*

man values, 16(2), 143-156.

Vastradmath, D. N. (2015). The Role of Corporate Social Responsibility for an Inclusive Growth in the Society. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(10), 1-5.

Villar, R. (2003). "La influencia de las ONG en la política para las microempresas en Colombia. Colombia: Mimeo.

*Bioethical aspects
in business
management*

Aspectos bioéticos en la gestión empresarial.

AUTOR:: G. Uquillas Granizo¹, J. Erazo Castillo², P. Bárcenas Mendoza³, N. Alarcón Muñoz⁴

1. Universidad Nacional de Chimborazo
2. Universidad Técnica de Cotopaxi

3. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
4. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

RESUMEN

Las continuas innovaciones siempre son parte de las actividades comerciales a lo largo de la vida útil de una organización. El actual estudio se realiza para conocer el impacto de varios factores económicos, sociales, de globalización y ambientales en la gestión empresarial de una organización. También se han producido algunos cambios en el ámbito empresarial debido a las rápidas innovaciones y desarrollos en el escenario empresarial reciente. El artículo no es solo para identificar los problemas, sino que también para explicar el impacto de cada problema en el campo empresarial. En la presente investigación se ha aplicado una técnica secundaria de recolección de datos para el estudio. Se han elegido varios recursos secundarios como libros, artículos de revistas y artículos en línea para el estudio. Se presentó una breve introducción de cada artículo y los resultados de estos artículos en la parte de discusión del documento. Así también, los resultados probables y su importancia se han descrito en la parte de conclusión del estudio.

RESUMEN

Continuous innovations are always part of the commercial activities throughout the life of an organization. The current study is carried out to know the impact of various economic, social, globalization and environmental factors on the business management of an organization. There have also been some changes in the business environment due to the rapid innovations and developments in the recent business scenario. The article is not only to identify problems, but also to explain the impact of each problem in the business field. In the present investigation, a secondary data collection technique has been applied for the study. Several secondary resources have been chosen such as books, magazine articles and online articles for the study. A brief introduction of each article and the results of these articles were presented in the discussion part of the document. Also, the probable results and their importance have been described in the conclusion part of the study.

Palabras claves:

Gestión – empresarial – bioéticos – innovaciones – organización – económicos.

Keywords:

Management - business - bioethics - innovations - organization - economics.

Introducción

El mundo contemporáneo de los negocios está creciendo rápidamente en los últimos tiempos. Se han observado desarrollos en varios sectores y en el ámbito económico, social, ambiental y globalizado. Al implementar esos desarrollos en el proceso de negocios, también es importante implementar la ética empresarial. El término ética empresarial puede considerarse desde diferentes aspectos. El primero es la corrupción, que podría ser interna o podría ser externa. Si la política de una empresa afecta el escenario político del país y alienta los problemas políticos, se conoce como corrupción externa. Por otro lado, si los desarrollos de las prácticas comerciales fomentan problemas internos, se conoce como corrupción interna. El engaño y el fraude son algunos de los términos comunes utilizados en la corrupción. El desarrollo o el avance en las prácticas comerciales también tienen un impacto negativo en la autenticidad de la competencia de una empresa. En los diversos escenarios, se ha observado que, para obtener más rentabilidad y retención de clientes, las compañías se involucran con la competencia más agresiva, con sus competidores. A medida que los desarrollos fomentan la reducción de los recursos ambientales, al mismo tiempo, la contaminación que se produce en el medio ambiente se ha pasado por alto. El estudio actual se basa en analizar los factores mencionados anteriormente junto con la identificación de los problemas que se producen debido a los desarrollos recientes en las operaciones comerciales.

Materiales y métodos

El estudio se realiza tomando información de fuentes de datos secundarias. La recopilación de datos se ha realizado desde internet. Se han tenido en cuenta más de veinte fuentes para analizar el estudio actual. Todos los recursos son artículos de revistas, artículos en línea o libros. El estudio actual ha tomado más de veinte fuentes para proporcionar una imagen más amplia del objetivo del estudio actual. Además, se ha evaluado la forma en que todas las fuentes han cumplido los objetivos del presente estudio.

Todos los estudios que se han tenido en cuenta son analizados a continuación. Según Schumpeter (2017), existen numerosas teorías de desarrollo económico utilizadas por varios economistas en cada país. Cada teoría se elige de acuerdo con la condición económica actual de ese país en específico. La primera y la más común es la teoría de la oferta y la demanda. En esta teoría, se ha discutido que la oferta y la demanda dependen unas de otras. Si la demanda disminuye, entonces la oferta también disminuye y si la demanda aumenta, entonces la oferta aumenta. En el mundo de los negocios actuales, se ha observado que, debido a una menor demanda en los productos, las compañías están tratando de disminuir el precio de cada producto para obtener una mejor demanda. Sin embargo, también está afectando la ética empresarial de esa organización. Debido a este tipo de estrategia comercial, otras organizaciones en la misma industria se ven afectadas y,

como resultado, la competencia dentro de esa industria se está diversificando (Oecd.org, 2017). Otras organizaciones también están tratando de disminuir el costo de sus productos al sacrificar la calidad. Al final, la reputación del negocio se ve afectada gravemente. Otras teorías son la teoría económica neoclásica y la teoría económica keynesiana, y ambas teorías dependen de la infraestructura económica interna del país.

Según lo citado por Kolk (2016), la Responsabilidad Social Corporativa (RSE) es uno de los modos de negocios más importantes y apreciados en los últimos tiempos. Para completar las actividades de RSE, las empresas obtienen una gran cantidad de beneficios monetarios del gobierno del país. El gobierno otorga una gran cantidad de exenciones fiscales a aquellas empresas que participan en eventos de RSE. En el estudio, se ha observado que las empresas que no son lo suficientemente capaces de realizar un evento de RSE adecuado también están tratando de involucrarse con la RSE para obtener beneficios fiscales. Como resultado, el objetivo detrás de la realización de una RSE adecuada también se ve afectado. Según lo discutido por Yakovleva (2017), las responsabilidades sociales de una empresa no son solo realizar eventos periódicos de RSE, de hecho, es más que eso. La administración de una empresa siempre debe vigilar los factores ambientales mientras una organización está involucrada en la producción de productos químicos. El investigador también ha observado que las industrias farmacéuticas, mineras y de aviación están

implementando varios métodos modernos para reducir el costo de fabricación de su producto. Se están utilizando tecnologías avanzadas para fabricar piezas y equipos en un tiempo comparativamente menor. La administración también ayuda a sus negocios a restringir sus costos al implementar esos enfoques avanzados. Sin embargo, al mismo tiempo, están ignorando los factores ambientales (Campbell & Cowton, 2015). Por ejemplo, los gases o productos químicos que se liberan al usar esas máquinas son muy dañinos para los seres vivos. Estas son las cosas que están siendo ignoradas por el equipo de gestión.

Como opinó Falkner (2017), el entorno empresarial en los últimos tiempos se está modificando a gran escala. Los empleados de una organización están obteniendo beneficios de varios aspectos. Podría ser flexibilidad sobre su uniforme o podría ser horario de oficina flexible y otros. Algunos empleadores han introducido servicios de recogida y entrega para sus empleados con el fin de mantener la ética empresarial interna de proporcionar seguridad por parte de los empleadores. Además, se ha observado que en la actualidad el ambiente de trabajo se está volviendo más amigable al cambiar la actitud hacia el trabajo y la jerarquía se está volviendo menos estricta en los últimos tiempos para brindar comodidad a los empleados de nivel ejecutivo. Sin embargo, los investigadores han observado que iniciar la flexibilidad laboral está ayudando a los empleados a trabajar de manera eficaz dentro del entorno laboral, pero la eficiencia de los empleados se está

reduciendo debido a una menor carga de trabajo (Lim & Greenwood, 2017). A veces se ha observado que los empleados suelen estar sentados idealmente por un período debido a una menor presión laboral. Puede considerarse un uso ineficiente del poder humano. Según lo discutido por Franks et al. (2014), aumentar la flexibilidad ambiental de una empresa también tiene un factor de riesgo en el medio ambiente. Como la flexibilidad permite a los empleados obtener acceso en todos los sectores, las posibilidades de obtener fugas de datos confidenciales aumentan. Esos datos pueden ser del departamento de administración, datos de procesos de negocios o también pueden ser datos personales de empleados existentes. Por lo tanto, mientras se implementa la flexibilidad en el negocio, la administración de procesos debe tener en cuenta los factores de riesgo que están involucrados con la iniciativa. Los negocios internacionales son uno de los modelos de negocios más importantes en la industria del comercio electrónico en los últimos tiempos. Según lo discutido por Di Vita, Allegra y Zarbà (2015), la previsión del mercado es uno de los aspectos principales, que se debe tener en cuenta al implementar una estrategia de globalización. Hacer que el negocio tenga éxito internacionalmente no es tan fácil. Para dirigir el negocio fuera del mercado nacional, el equipo de administración debe pasar por varios estudios de administración de mercado. El primero es entender la demografía del país. En esa situación, el equipo de administración debe estudiar los factores demográficos del mer-

cado seleccionado.

Según lo citado por Cheng, Ioannou y Serafeim (2014), la elección de un individuo depende principalmente de la característica demográfica de ese individuo. Aparte de eso, los factores económicos también deben ser estudiados por el equipo de desarrollo de negocios. Los factores económicos representan el PIB neto (producto interno bruto) del país, el ingreso per cápita y otros. Si el ingreso per cápita de un país es más alto de lo normal, entonces se espera que tenga un mejor crecimiento comercial. Además de los factores económicos y demográficos, los factores tecnológicos también desempeñan un papel importante. Según lo discutido por Prajogo (2016), si el contexto económico de un país es fuerte, debe tener un factor tecnológico bien estructurado. Si los clientes son conscientes de las tecnologías avanzadas, llegar a ellos es bastante fácil, mientras que, por otro lado, si un aspecto tecnológico del país no está bien estructurado, la comercialización de productos en esa área geográfica es comparativamente difícil. Según lo discutido por Epifanova et al. (2015), las tecnologías digitales como las redes sociales influyen en gran medida en el comportamiento del cliente sobre la compra de un producto en particular. El anuncio hecho en las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram es un medio manipulador para convencer a los clientes potenciales. El ingreso debido a este tipo de publicidad está alentando a la gente. Sin embargo, incluso si existen algunos riesgos relacionados con la filtración de datos personales de ese

medio, estas plataformas de medios sociales siguen siendo consideradas como uno de los medios de publicidad más efectivos para cualquier organización. En caso de que el entorno tecnológico de un país no esté bien definido, la planificación para volverse internacional se verá obstaculizada. Junto con el entorno tecnológico, el entorno político también es igualmente importante en ese contexto. Si los antecedentes políticos de un país no son sólidos, los nuevos negocios que ingresen a ese país podrían enfrentar problemas relacionados con la restricción política. La administración de la organización podría tener que pagar una suma global para deshacerse de esos problemas políticos. No solo las cuestiones políticas, sino también las cuestiones legales están involucradas en el contexto. Cada país tiene sus propias leyes corporativas y estas leyes están involucradas con diversas leyes comerciales internacionales (Savrul, Incekara y Sener, 2014). Para mantener el negocio sin problemas, estas organizaciones deben cumplir con esas leyes y deben realizar algunos trámites que se requieren para el negocio. Si una empresa pasa por alto estos sectores, la administración incurrirá en una gran cantidad de pérdidas por acusaciones legales en el futuro. A lo largo de la investigación, se puede observar que, en los últimos tiempos, los aspectos legales se están volviendo más estrictos, pero también tienen algunos riesgos en relación con el aspecto de la compañía.

Según la idea de Shekshnia, Ledeneva y Denisova-Schmidt (2017), la corrupción empresarial a menudo ocurre en las cor-

poraciones. Esto no depende solamente de si la administración es dura o débil, la corrupción en un negocio generalmente es inevitable. Dos corrupciones importantes son la corrupción interna de una empresa o la corrupción externa. Los investigadores han observado que la corrupción interna se produce debido a la implementación de una mayor flexibilidad en el entorno laboral (Georgescu y Popescul, 2015). Como la flexibilidad alienta a los empleados a trabajar más amigablemente con sus colegas y eso lleva al primer paso de la corrupción empresarial. A medida que los empleados se vuelven más amigables, construyen una relación interpersonal y el conflicto comienza a partir de entonces. Además, si los empleados obtienen una valoración del desempeño durante ese período, otros colegas del mismo departamento intentan dominar a la persona promovida emitiendo una acusación errónea contra la persona. Sin embargo, los empleados también se involucran con diferentes grupos de trabajo, lo que también conduce a la corrupción interna. Por otro lado, está la corrupción externa que tiene lugar cuando una compañía se hace pública. Cada vez que una empresa trata de convertirse en una sociedad anónima, debe emitir acciones al público para aumentar su fondo de capital. La práctica de hacerse público requiere una gran cantidad de documentación.

Ingresos, ganancias netas, relación de liquidez, una cantidad de empleados comprometidos con el negocio y toda información relacionada con el negocio es necesaria para estar presente en el gobierno del país

para obtener la aprobación (Dierksmeier y Seele, 2018). A veces, las empresas no se califican para convertirse en una organización pública limitada debido a alguna restricción y durante este período la administración se asocia con agentes gubernamentales y obtiene un certificado de aprobación. Estas prácticas se denominan corrupción empresarial externa. Según lo indicado por Apăvăloaie (2014), la auditoría es una de las principales actividades que se requieren para implementar en un entorno empresarial con el fin de obtener una imagen clara de la estabilidad financiera de una empresa. Sin embargo, la gran organización a menudo se relaciona con los auditores antes de que se realice la auditoría principal. Estos tipos de prácticas también pueden considerarse como corrupción empresarial externa.

Al analizar todos los artículos, se observó que una empresa debe mantener la ética empresarial adecuada para su éxito. Según lo citado por Weiss (2016), para mantener una ética empresarial adecuada, la administración de la empresa debe seguir su propio prospecto y memorando de asociación. Cada operación relacionada con el negocio debe cumplir con los términos y condiciones descritos en el memorando de asociación. Según lo discutido por Grigore & Dragan (2015), seguir el prospecto es requerido porque cada accionista de una empresa obtiene el prospecto e invierte su dinero duramente ganado al entender el prospecto. A veces se llama a los accionistas como el propietario de una empresa cuando toman parte de su parte de su

organización. Una empresa necesita seguir un poco de ética comercial para ganar más accionistas en el futuro, así como para retener a sus clientes en el negocio. La responsabilidad social corporativa puede ser considerada bajo la ética empresarial. Aparte de eso, las organizaciones deben cumplir con la ley de protección al consumidor, la ley de protección de los empleados, la ley de negocios internacionales, la ley de la Compañía y otros. Al implementar nuevas operaciones y enfoques comerciales en la organización, la administración debe cuidar los aspectos ambientales para que el medio ambiente no se contamine con el mecanismo implementado. El estudio ha descubierto que la administración de negocios recientes no se ocupa de los factores de la ética empresarial. Esto también resulta en una tasa de retención de clientes más baja, así como en una tasa de retención de empleados. Este tipo de actitud de los gerentes también está afectando las operaciones comerciales.

Resultados y discusión

Al analizar investigaciones anteriores, se ha observado que existen muchas teorías económicas que un país debe seguir para mantener la estabilidad económica. El aspecto principal de una teoría económica es la demanda, la oferta y el precio. Estos tres elementos están interrelacionados entre sí (Econlib.org, 2016). Si el precio de un producto aumenta, entonces la demanda de ese producto disminuye significativamente. Del mismo modo, si la demanda de un producto aumenta, la oferta también aumenta.

Por lo tanto, se puede considerar que tres elementos: demanda, oferta y precio están interrelacionados entre sí. Durante la implementación de la teoría, se ha observado que las empresas hoy en día están disminuyendo el precio de sus productos y servicios para generar más demanda, lo que también está deteriorando la calidad del producto. Como resultado, el mercado de los productos también se está viendo afectado. En la discusión anterior también se descubrió que las organizaciones a menudo realizan actividades de RSE y el principal objetivo de realizar este tipo de eventos de RSE es proporcionar beneficios monetarios y no monetarios a las personas desfavorecidas. Armeanu, Istudor & Lache (2015), discutieron que proporcionar educación a los niños, alimentos para los pobres, construir un lugar para personas sin hogar son algunas de las actividades comunes que realizan varias empresas hoy en día. Sin embargo, el artículo ha notado que la intención principal detrás de la realización de tales actividades es obtener beneficios fiscales del gobierno del país. La realización de la RSE para obtener beneficios fiscales no es en absoluto apreciada por nadie, sino que es considerada como un comportamiento comercial poco ético por parte de esas organizaciones.

El estudio actual ha observado que el entorno empresarial se cambia día a día y se está volviendo más flexible. Aunque la flexibilidad está animando a los empleados a trabajar más enfocados durante sus horas de trabajo, también tiene algunas desventajas. Los conflictos de empleados se pro-

ducen debido a la eliminación de la barrera de interacción de los empleados. Además, la política interna de los empleados y la corrupción también se están convirtiendo en parte del negocio debido a la flexibilidad en el lugar de trabajo. Además, la flexibilidad también permite al empleado obtener acceso a cada esquina de una empresa, lo que también permite el riesgo de fuga de datos (Ratten, 2014). El empleador u organización generalmente almacena los datos en su base de datos mediante el cifrado de esos datos. Sin embargo, si los empleados pierden involuntariamente datos confidenciales, los ingenieros pueden descifrarlos fácilmente. Por lo tanto, se puede considerar que, debido a la implementación de lugares de trabajo libres de restricciones, los gerentes también están introduciendo riesgos en ese lugar de trabajo.

El estudio también ha observado un factor crucial que se llama globalizar el negocio en el territorio internacional. Flanagan et al. (2017) argumentaron que, además de generar ingresos, el negocio internacional también ayuda a la empresa a conseguir nuevos clientes de todo el mundo. Sin embargo, el estudio ha identificado que entrar en una operación comercial internacional no es un proceso fácil. Como opinó (Frederick 2016), los aspectos legales se consideran el aspecto principal al realizar operaciones comerciales en escenarios internacionales. Además, se ha observado a lo largo del informe que, junto con los factores legales, los investigadores también deben analizar los factores económicos y tecnológicos. Los investigadores han no-

tado que la comercialización de un nuevo negocio se basa completamente en factores tecnológicos. En los últimos tiempos, si las personas no conocen las redes sociales, la administración de una empresa debe gastar una gran cantidad de dinero para comercializar su empresa en el nuevo país (Saleem, 2017). Además, las organizaciones también deben pagar una cierta cantidad de dinero a los partidos políticos locales para obtener la aprobación del negocio, lo que también está en contra de la ética empresarial.

También se ha observado que, dado que los desarrollos comerciales recientes tienen sus ventajas, todavía están rezagados en ciertos aspectos. La corrupción, las contaminaciones ambientales, los conflictos de los empleados son algunos de los problemas comunes que se han observado a lo largo del estudio. En el lado ventajoso, los enfoques rentables y la eficiencia de tiempo son algunos de los beneficios comunes que se han identificado a lo largo del estudio.

Conclusiones

Se ha realizado un análisis de extremo a extremo a lo largo del informe. Este se ha realizado en una serie de artículos en línea, revistas y libros. A lo largo del artículo, el investigador ha identificado una serie de ventajas debido a los recientes desarrollos en el negocio junto con su impacto negativo. El investigador ha observado que cada país sigue un modelo económico diferente: la teoría neoclásica o keynesiana. Además, el artículo también encontró prácticas poco éticas desarrolladas por las empresas en

tiempos recientes. La competencia está siendo altamente influenciada por esas prácticas comerciales poco éticas. La reducción de precios para conseguir clientes es muy criticada por muchos investigadores. Varios investigadores también han dicho que obtener clientes nuevos y generar más ingresos no es el único objetivo de un negocio. Un negocio también requería algunos objetivos secundarios como mantener las responsabilidades sociales. El estudio ha identificado las corrupciones internas y externas como algunas actividades básicas en los sectores corporativos. Las principales razones detrás de estas corrupciones son la implementación de la flexibilidad en el lugar de trabajo. Se ha observado que, debido al cuerpo político no estructurado, se está produciendo una corrupción externa relacionada con las actividades comerciales. El estudio está revelando algunas actividades comerciales poco éticas, como una asociación con el órgano rector del país y la vinculación con auditores externos para representar información errónea sobre la situación financiera de la organización. El estudio ha identificado que, para mantener el flujo de negocios, las organizaciones a menudo usan los términos comerciales que se han evaluado en el prospecto y el memorando de asociación de la empresa. Incluso algunas empresas también aprovechan mal los beneficios fiscales al implementar eventos de RSE en los últimos tiempos. Al evaluar todas las revistas y artículos, se puede observar que, junto con algunos beneficios, los desarrollos recientes en las prácticas

comerciales tienen muchas desventajas. En otras palabras, este tipo de desarrollos recientes están afectando las prácticas comerciales éticas.

Referencias Bibliográficas

Apavaloie, E. I. (2014). The impact of the internet on the business environment. *Procedia Economics and finance*, 15, 951-958.

Armeanu, D., Istudor, N., & Lache, L. (2015). The role of SMEs in assessing the contribution of entrepreneurship to GDP in the Romanian business environment. *Amfiteatru Economic Journal*, 17(38), 195-211.

Campbell, D., & Cowton, C. J. (2015). Method issues in business ethics research: finding credible answers to questions that matter. *Business Ethics: A European Review*, 24, S3-S10.

Cheng, B., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). Corporate social responsibility and access to finance. *Strategic management journal*, 35(1), 1-23.

Di Vita, G., Allegra, V., & Zarbà, A. S. (2015). Building scenarios: a qualitative approach to forecasting market developments for ornamental plants. *International Journal of Business and Globalisation*, 15(2), 130-151.

Dierksmeier, C., & Seele, P. (2018). Cryptocurrencies and business ethics. *Journal of Business Ethics*, 152(1), 1-14.

Econlib.org (2016). Elements of economics. Retrieved on 16th October, 2018 from: <https://www.econlib.org/library/Topics/College/supplyanddemand.html>

Epifanova, T., Romanenko, N., Mosienko, T., Skvortsova, T., & Kupchinskiy, A. (2015). Modernization of institutional environment of entrepreneurship in Russia for development of innovation initiative in small business structures. *European Research Studies*, 18(3), 137.

Falkner, R. (2017). *Business power and conflict in international environmental politics*. Berlin, Germany: Springer.

Flanagan, P., Fleckenstein, M., Sama, L., & Shoaf, V. (2017). Special Issue on the Impact of Business Ethics on Public Life. 725-727. Retrieved on 18th October, 2018 from: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-017-3590-7>

Franks, D. M., Davis, R., Bebbington, A. J., Ali, S. H., Kemp, D., & Scurrah, M. (2014). Conflict translates environmental and social risk into business costs. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 20(1), 35-51.

Frederick, W. C. (2016). Commentary: corporate social responsibility: deep roots, flourishing growth, promising future. *Frontiers in psychology*, 7, 129. Retrieved on 15th October, 2018 from: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2016.00129/full>

Georgescu, M., & Popescu, D. (2015). Social Media—the new paradigm of collaboration and communication for business environment. *Procedia Economics and Finance*, 20, 277-282.

Grigore, A. M., & Dragan, I. M. (2015). Entrepreneurship and its economical value in a very dynamic business environment.

- Amfiteatru Economic Journal, 17(38), 120-132.
- Kolk, A. (2016). The social responsibility of international business: From ethics and the environment to CSR and sustainable development. *Journal of World Business*, 51(1), 23-34.
- Lim, J. S., & Greenwood, C. A. (2017). Communicating corporate social responsibility (CSR): Stakeholder responsiveness and engagement strategy to achieve CSR goals. *Public Relations Review*, 43(4), 768-776.
- Oecd.org (2017). Managing business conflicts. Retrieved on 15th October, 2018 from: <http://www.oecd.org/gov/ethics/managing-conflict-of-interest-in-the-public-service.htm>
- Prajogo, D. I. (2016). The strategic fit between innovation strategies and business environment in delivering business performance. *International Journal of Production Economics*, 171, 241-249.
- Ratten, V. (2014). Future research directions for collective entrepreneurship in developing countries: a small and medium-sized enterprise perspective. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 22(2), 266-274.
- Saleem, M. A. (2017). The impact of socio-economic factors on small business success. *Geografia- Malaysian Journal of Society and Space*, 8(1). Retrieved on 17th October, 2018 from: <http://ejournal.ukm.my/gmjss/article/view/18161>
- Savrul, M., Incekara, A., & Sener, S. (2014). The potential of e-commerce for SMEs in a globalizing business environment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 35-45.
- Schumpeter, J. A. (2017). *Theory of economic development*. Abingdon, UK: Routledge.
- Shekshnia, S., Ledeneva, A., & Denisova-Schmidt, E. (2017). *Managing Business Corruption: Targeting Non-Compliant Practices in Systemically Corrupt Environments*. *Slavonic & East European Review*, 95(1), 151-174.
- Weiss, J. W. (2016). *Business Ethics: A Stakeholder & Issues Management Approach*, 2014. *Cyrus Chronicle Journal*, 1(1), 66-69.
- Yakovleva, N. (2017). *Corporate social responsibility in the mining industries*. Abingdon, UK: Routledge.

Importance of information and communication technologies (ICT) in the development and growth of small and medium enterprises

Importancia de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) en el desarrollo y crecimiento de pequeñas y medianas empresas.

AUTOR: N. Alarcón Muñoz¹, P. Mora Piña², M. Freire Quintanilla³, E. Arévalo Cuadrado⁴

- | | |
|---|---|
| 1. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo | 3. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo |
| 2. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo | 4. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo |

RESUMEN

El papel de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tiene un gran impacto en el crecimiento económico y el desarrollo empresarial de todas las organizaciones independientemente de su tamaño. Sin embargo, las estructuras y las operaciones de la cadena de valor de las grandes empresas están creando oportunidades para las micro, pequeñas y medianas empresas en esta era de globalización. Por lo tanto, se considera que la adopción de las TIC es una estrategia empresarial clave para las nuevas empresas del milenio al facilitar un mayor nivel de innovación de procesos dentro de los vastos ecosistemas empresariales. Dado que las PYMES están cumpliendo con la tarea principal del progreso nacional a través del crecimiento económico y la generación de empleo, la gestión de procesos empresariales (BPM) habilitada por las TIC ayudará a aumentar la eficiencia del segmento operativo y de gestión de las empresas. Además, las TIC tienen un papel importante en el acceso a nuevos mercados o compradores y en obtener asesoramiento de expertos lejanos y, por lo tanto, de la encuesta realizada de un estudio de muestra en el segmento de turismo, está claramente establecido que el entorno empresarial puede mejorarse con la ayuda de esta tecnología digital. Por lo tanto, se puede afirmar que las TIC no solo están abriendo nuevas oportunidades para las PYME en el mercado internacional, sino que al mismo tiempo aprovechan la infraestructura de la organización mediante la promoción de servicios financieros, tanto en los formales como en los no formales, incluso en las áreas más remotas.

RESUMEN

The role of information and communication technologies (ICT) has a great impact on the economic growth and business development of all organizations regardless of their size. However, the structures and operations of the value chain of large companies are creating opportunities for micro, small and medium enterprises in this era of globalization. Therefore, it is considered that the adoption of ICT is a key business strategy for the new millennium companies to facilitate a higher level of process innovation within the vast business ecosystems. Given that SMEs are fulfilling the main task of national progress through economic growth and employment generation, business process management (BPM) enabled by ICTs will help increase the efficiency of the operational and business management segment. In addition, ICTs have an important role in accessing new markets or buyers and in obtaining advice from distant experts and, therefore, from the survey conducted on a sample study in the tourism segment, it is clearly established that the environment business can be improved with the help of this digital technology. Therefore, it can be affirmed that ICTs are not only opening up new opportunities for SMEs in the international market, but at the same time take advantage of the infrastructure of the organization through the promotion of financial services, both in formal and non-formal ones. formal, even in the most remote areas.

Palabras claves:

Tecnologías – información – comunicación
– desarrollo – empresas

Keywords:

Technologies - information - communication
- development - companies

Introducción

Con respecto a la globalización actual, la innovación tecnológica y las Tecnologías de la Comunicación de la Información (TICs) se consideran como un poderoso catalizador para desencadenar cambios novedosos tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo. El siglo actual se caracteriza por fomentar el crecimiento económico, mejorar los niveles de educación y capacitación, así como abordar los problemas de género dentro de la sociedad. Con el avance de las tecnologías, los empresarios están adoptando la opción de empresas basadas en la tecnología para crear un mayor potencial de empleo y generar riqueza a través del desarrollo empresarial. Sin embargo, debido a la volatilidad del mercado, las organizaciones de todos los tamaños están cambiando constantemente sus estrategias para alinearse con el nuevo entorno competitivo (Moshin et al., 2013). Por lo tanto, se puede afirmar que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) tienen un papel crucial en el desarrollo de la innovación no solo en las grandes empresas, sino también en las micro, pequeñas y medianas empresas. Se ha observado que las pequeñas empresas son más lentas en la adopción de nuevas TICs. Además, el dominio empresarial está cada vez más controlado por empresas más grandes debido a la globalización y, por lo tanto, la estructura, así como las operaciones de sus cadenas de valor, están creando oportunidades para pequeñas y medianas empresas (PYME) como consecuencia

(Barua y Mukhopadhyay, 2000). Dado que las pequeñas y medianas empresas tienen que hacer frente a la fuerte presión de un entorno empresarial cada vez más turbulento, por lo tanto, para alcanzar una ventaja competitiva y mantener su posición competitiva actual, la innovación se considera una estrategia esencial. Por lo tanto, se cree que la adopción de las TICs se establece como una estrategia empresarial clave en las nuevas empresas del milenio y al mismo tiempo facilitará un mayor nivel de innovación de procesos dentro de los vastos ecosistemas empresariales. Además, se puede afirmar que las aplicaciones de software especializado o tecnología de la información, como Enterprise Resource Planning (ERP) para el soporte de decisiones (DSS) y la gestión de relaciones (CRM) acelerarán la generación de un mayor nivel de innovación y conocimiento dentro de la organización, independientemente de sus tamaños (Berry et al., 2006). Por lo tanto, este estudio se llevará a cabo para evaluar el impacto de las TIC en las pequeñas y medianas empresas (PYME).

Materiales y métodos

La innovación es crucial para determinar la ventaja competitiva y la entrada a nuevos mercados. Por lo tanto, cada país debe planificar en consecuencia para lograr el progreso nacional utilizando el potencial de la intervención tecnológica. Dado que diversos investigadores, académicos y profesionales técnicos están apoyando el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) en organizaciones de cualquier tamaño, se cree que la acti-

tud gerencial hacia la adopción de tecnología no solo aumentará la competitividad organizativa, sino que también reducirá el riesgo e incertidumbre del entorno empresarial así como facilitar la implementación de la planificación estratégica. Las PYMES son una parte importante del ecosistema empresarial y también tienen un papel importante en la constitución fuerte de la economía global. En la mayoría de los países en desarrollo, las PYME están cumpliendo con la tarea principal del progreso nacional a través del crecimiento económico y la generación de empleo (Buhalis y Mihalič, 2013). Por lo tanto, para sobrevivir en este mercado competitivo, así como para enfrentar los desafíos de la crisis económica mundial y competir contra organizaciones más grandes, se necesita el apoyo básico de las tecnologías de la información y la comunicación para lograr un mayor nivel de innovación. En este documento, se estudiarán los efectos existentes de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) y el nivel de innovación y desarrollo en las pequeñas y medianas empresas (PYME) con respecto a los países desarrollados y en desarrollo, como América Latina y Europa. Para cumplir con este propósito, los autores realizaron la búsqueda en internet de varias revistas y publicaciones que muestran las historias de éxito del uso de las TICs en los distintos países. El documento se centrará en comprender y explicar el resultado de cómo las PYMES ha ayudado a la sociedad en la creación de nuevos empleos. La investigación es teórica y se basa completamen-

te en la literatura existente y las revistas disponibles en línea, todas con una fuente para futuras investigaciones.

Resultados y discusión

A partir de la observación de la Comisión Europea, se puede afirmar que las PYMES no solo están proporcionando millones de nuevos empleos, sino que también son el principal medio para la diversificación industrial y social sostenible de la sociedad. Además, están abordando de manera central los principales impulsores del desarrollo económico en la mayoría de los países en perspectiva de fenómenos como la globalización, la crisis económica mundial, la volatilidad de los mercados financieros, la internacionalización de los mercados internos, la disminución de la inversión y el rápido cambio en la demanda de los consumidores (Buhalis & Zoge, 2007). Se ha observado que, si las PYMES acceden al progreso científico y tecnológico, no solo aumenta la eficiencia del negocio, sino que también se agrega la propuesta de valor a sus productos. La gestión de procesos empresariales (BPM) habilitada para las TICs incorpora todo tipo de comunicaciones, software, aplicaciones web, sistemas ERP y otros dentro del dominio empresarial. Sobre la base de los resultados de diversos estudios de investigación, se puede afirmar que el concepto de BPM personalizado es muy efectivo para las PYMES tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo (Chen y Huang, 2004). Por lo tanto, el mayor potencial para el desarrollo de las TICs ha sido reconocido en los países BRICS, como

Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica. Debido a la interrelación entre el uso de las TICs y su posterior impacto en la gestión de procesos de negocios en las PYMES, los modelos de procesos de negocios se reestructuran dinámicamente para recibir los beneficios. Además, los investigadores y muchos profesionales de negocios han declarado claramente que las TICs son un elemento eficaz para aumentar la eficiencia del trabajo en el segmento operativo y de gestión de las empresas. Por lo tanto, se cree que, en el presente siglo, la tecnología de la información y la comunicación desempeñará un papel influyente en la implementación de las actividades de innovación que mejorarán la gestión y la eficiencia de la producción de la organización en un mercado altamente globalizado y competitivo (Chong, 2007).

La interfaz rápida y sinérgica entre las TICs y las PYMEs en el segmento de artesanías, productos lácteos, bananos, café y turismo comunitario ha experimentado una expansión internacional, así como un crecimiento debido al cambio fundamental en el área de investigación, desarrollo e innovación. Además, la infraestructura de la organización debe superar las barreras relacionadas con la complejidad del proceso de innovación y la creación de nuevas empresas. Esta visión se apoya claramente en los trabajos de investigación de Bell y Pavitt, quienes argumentaron que “las capacidades tecnológicas consisten en los recursos y las capacidades innovadoras necesarias para generar y gestionar el cambio técnico, incluidas las habilidades,

la base tecnológica (activos tangibles e intangibles), el conocimiento, la experiencia, estructuras y vínculos institucionales”(1993). Por lo tanto, todas estas formas diferentes crean la base fundamental para los cambios dinámicos en las ventajas competitivas y en los procesos de industrialización. Sin embargo, en los cursos de apoyo a emprendedores y nuevas empresas de riesgo para adquirir competencia dentro del dominio de negocios, el suministro de nuevos conocimientos, nuevas ideas y recursos para el proceso de innovación se considera muy esencial. Pero debe tenerse en cuenta que todo el proceso debe ser flexible con la naturaleza cambiante de la innovación (Comisión Europea, 2010).

En las economías locales basadas en la agricultura, la baja disponibilidad de información oportuna y necesaria aboga por una infraestructura en red para eliminar la desventaja de vender las cosechas por debajo del valor razonable. Tanto en el caso de países desarrollados como en desarrollo, el desarrollo desigual en los diversos segmentos de infraestructura, finanzas, administración (por ejemplo, servicios gubernamentales), mercado y físico (por ejemplo, carreteras) crea problemas y, por lo tanto, crea diferencias significativas en los esfuerzos de apalancamiento individual. Como fortalezas regionales (Galperin & Mariscal, 2007). Sin embargo, es deber del gobierno apoyar la innovación mediante la reforma y actualización constante del marco regulatorio e institucional en el que se lleva a cabo la innovación. Además, en los países en desarrollo, específicamente,

los agricultores están sufriendo debido a la falta de acceso a información consistente y confiable. En este contexto, la tecnología de la información y la comunicación (TICs) tiene un papel fundamental en la entrega de información precisa y oportuna sobre los precios del mercado para reducir las brechas de información y mejorar el negocio de manera proactiva.

Obviamente, la información es siempre una prioridad clave para los agricultores, independientemente de si están involucrados en la agricultura de subsistencia o en empresas agrícolas a gran escala. Debido a la obsolescencia de las herramientas tradicionales, se crea un conjunto de información y herramienta tecnológica en constante evolución para ayudar a los agricultores de los países en desarrollo (Chong, 2007). Estas herramientas digitales, específicamente teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras son creadas por las industrias móviles, inalámbricas y de Internet en auge para hacer que la información sea más accesible para los agricultores. Sin embargo, se ha observado que la brecha digital persiste entre los pequeños agricultores en el mundo en desarrollo y sus contrapartes del mundo desarrollado. Se puede afirmar que las TICs desempeñan un papel importante en el acceso a nuevos mercados o compradores y en el asesoramiento de expertos lejanos. Las herramientas digitales, específicamente los teléfonos inteligentes y las tabletas, ayudan a adquirir la información correcta en el momento adecuado, a pesar de la lejanía de la demanda. El impacto de las herramientas digitales para la

productividad se puede medir en términos de rendimientos crecientes para los agricultores, particularmente por cambios en los patrones de cultivo, incrementando el rendimiento y ofreciendo mejores precios para los insumos y la producción. Además de estos, los factores no relacionados con el precio, como la información sobre la disponibilidad de insumos, la calidad de la semilla y la adopción de técnicas modernas también se consideran para aumentar la productividad (Goyal, 2010).

Además, se cree que las TICs desempeñan un papel clave en la facilitación de todo el proceso de la cadena de valor agrícola, como la compra de insumos y el crédito para la venta de productos a un comprador, junto con el reembolso del crédito. En este sentido, se puede enfatizar la importancia del piso de negociación virtual ya que los mercados electrónicos facilitan una red electrónica, en lugar de una estática, para interconectar tanto a compradores como a vendedores. A través del uso del piso de negociación virtual, muchos actores diferentes de las cadenas de valor agrícolas, como proveedores, compradores, proveedores de insumos y financieros, se reúnen para completar todos los procesos de transacción con los mecanismos disponibles (Kalantaridis, 2004). Sin embargo, las partes interesadas pueden obtener los siguientes beneficios al usar la plataforma Virtual Trading Floor (VTF): a) aumentar el apalancamiento del mercado organizando a los agricultores en grupos de comercialización, b) ofrecer servicios de información, como información meteorológica y servi-

cios de extensión más intensivos, c) proporcionar precios y servicios VTF, y d) facilitar el acceso al crédito. Además, muchos servicios de software ofrecen una infraestructura de TICs de código abierto de bajo costo que es específicamente compatible con diferentes canales, incluidos Internet, teléfonos móviles y otros dispositivos inalámbricos. Se espera que estos diferentes canales puedan proporcionar exploración de SMS, mapeo de datos e informes personalizados sobre las tendencias del mercado, producir agregación, clima y posibles socios junto con el procesamiento de pagos posterior a la transacción de la manera más efectiva. A este respecto, el siguiente ejemplo podrá proporcionar una imagen distinta de las TICs que facilitan los servicios de cadena de valor en los países en desarrollo (Grace, 2011). DrumNet fue fundada por Pride Africa en 2007, dominando significativamente los mercados de frijol francés, maracuyá, maíz para bebés y girasol en Kenia. Este modelo holístico de DrumNet no solo reúne a los diversos actores de las cadenas de valor agrícolas, sino que también facilita todos los procesos administrativos, financieros y económicos de las organizaciones en cuestión. Además de ofrecer servicios de apalancamiento del mercado y de información meteorológica, también ayuda a los empresarios locales a gestionar los servicios de corretaje, administrativos y transaccionales (Kalantaridis, 2004). Mientras operaba de 2007 a 2009 en el mercado de girasol, DrumNet atendió a los pequeños productores de girasol, conectados al banco de capital y provee-

dores de insumos. El mayor éxito logrado por DrumNet fue la negociación establecida con Bidco Oil Refineries Ltd., el mayor fabricante de aceites vegetales en África Oriental, y esto puede considerarse un hito en la historia de la organización. Además, al rastrear y facilitar cada proceso de la cadena de valor, DrumNet son los primeros productores de girasol organizados que son reconocidos por su experiencia en el manejo de la compra de insumos, el crédito a través de la venta de productos a un comprador y el reembolso del crédito. Además, se puede afirmar que DrumNet puede ser reconocido por su sistema de TICs robusto que proporciona el control interno, así como el seguimiento del cumplimiento durante todo el proceso (Rausch, 2010).

Sin embargo, las ventajas y oportunidades de los servicios de información habilitados por las TICs se pueden observar en la facilidad de los agricultores de incorporarse a la plataforma de comercialización de productos básicos en línea. En Ng'arua, situado a 350 km. Al noroeste de Nairobi, los agricultores evitan a los intermediarios y venden directamente el maíz al mejor postor a través de Sokopepe, una plataforma de marketing en línea creada por la Red de Información de Tierras Áridas. Esta ONG está operando en tres países del este de África y está ayudando a los agricultores a obtener los beneficios del centro de conocimiento local Maarifa. Los agricultores pueden obtener conocimiento sobre los patrones climáticos y las técnicas de cultivo, entre otros beneficios (Rausch, 2010). Además, el oficial de campo de

Maarifa se desplaza por las aldeas para recopilar información sobre los productos del agricultor y posteriormente agregarla a la base de datos de su teléfono móvil con Windows. Como este teléfono móvil está interconectado con el portal de Maarifa ICT y Sokopepe Web, los compradores registrados, a menudo de base urbana, pueden acceder a la información sobre disponibilidad y precio al iniciar sesión a través de Internet. Además de esto, las TICs desempeñan un papel importante como proveedor financiero y esto se puede demostrar claramente por su participación en los servicios M-PESA, SMART Money y GCASH (Karlán, 2009).

El papel de las TICs en las actividades financieras ayuda mucho a mejorar el escenario de inclusión financiera dentro de la cadena de valor agrícola. Muchos estudios de investigación han revelado significativamente que las TICs tienen un gran potencial para ayudar a los agricultores en el uso de servicios financieros, ya que en los países en desarrollo no hay instituciones financieras formales o semi-formales disponibles. Para eliminar los inconvenientes de solicitar la ayuda de grupos de ahorro o prestamistas locales, las TICs han facilitado las opciones de instituciones formales (por ejemplo, bancos) y semi-formales (por ejemplo, instituciones de microfinanzas y ONG) para ampliar sus servicios y satisfacer las necesidades primarias de personas rurales pobres (Leung et al., 2013). Las TICs brindan los siguientes beneficios a los clientes, incluso en áreas remotas, para satisfacer sus criterios principales:

- Conveniencia para llegar a las instituciones financieras, como distancias cortas, horarios de apertura apropiados y requisitos mínimos de documentación
- Proporcionar seguridad en forma de una marca fuerte, buenos sistemas y personal de campo ético (Leung et al., 2013)
- Asegurar flexibilidad, como pocas restricciones de retiros/depósitos e introducir productos adecuados que cumplan con los requisitos de los ciclos agrícolas
- Servicios financieros de bajo costo (Karlán, 2009)

Por lo tanto, se puede afirmar que las TICs pueden satisfacer cada uno de estos criterios al:

- Extender el alcance de los proveedores de servicios financieros incluso a áreas remotas y, en este sentido, están adoptando la iniciativa de ahorro de costos al eliminar la necesidad de sucursales de servicio completo (Karlán, 2009)
- Mejorar el acceso a los servicios financieros al delegar más poder de control a los operadores o agentes locales o a los clientes.

Por lo tanto, es bastante claro que las TIC están desempeñando roles más influyentes en las cadenas de valor organizacionales al ofrecer los siguientes tipos de servicios financieros primarios: a) transferencias y pagos, b) crédito, c) seguros, d) ahorros y e) derivados financieros (Lee & Wicks, 2010). Su papel en la mejora del acceso al crédito agrícola en Honduras está demostrando su capacidad en la gestión del crédito. Se cree que junto con la mejora de la

facilidad de desembolso de crédito y la gestión de la administración para proveedores minoristas de insumos, las herramientas de TIC también están utilizando paquetes de software de contabilidad (QuickBooks) simples y herramientas para respaldar los programas de microcrédito. Este paquete también incluye una herramienta de análisis de flujo de efectivo basada en Excel, así como una herramienta de administración de cartera de préstamos basada en Access (Rausch, 2010). Todas estas herramientas no solo son económicas, sino que, al mismo tiempo, su implementación mejorará el proceso de préstamo y cobro al reducir su morosidad a través de un mejor monitoreo. Obviamente, la Internacional de Desarrollo Cooperativo Agrícola / Voluntarios en Asistencia Cooperativa en el Extranjero (ACDI / VOCA) experimentó una mejora en la coordinación de fondos, así como en los procesos de comunicación mientras dirige sus actividades con los distribuidores de insumos más grandes. Específicamente, cuando recibieron fondos de los bancos, las herramientas de las TIC están ayudando a la gestión de crédito fácil para las partes interesadas (Rausch, 2010). Por ejemplo, como intermediarios, los minoristas están monitoreando toda la situación antes de otorgar crédito directamente a los agricultores. Por lo tanto, las TIC tienen un papel importante en la vinculación de las instituciones financieras, los pequeños agricultores, los proveedores minoristas y los compradores de productos agrícolas a través del programa de microcrédito (Buhalis y Zoge, 2007). Todas estas

actividades de apoyo ayudan a las PYME a expandir su alcance más allá de los mercados locales. Por ejemplo, el Programa de intercambio de productos básicos de Etiopía (ECEP) tiene un papel importante en la expansión del mercado para los empresarios. De los datos estadísticos, es bastante claro que antes de 2008, el 95% de los agricultores vendían sus productos en los mercados locales debido a la incapacidad de acceder a otras áreas (Miller & Jones, 2010). Debido a los altos costos de transacción y la falta de competencia en el mercado, fue bastante problemático lograr precios justos. Además, con el advenimiento del ECEP, los productores agrícolas pudieron negociar mejores precios y obtener acceso a compradores externos. Por lo tanto, además de aumentar sus ingresos y mejorar la calidad de los productos alimenticios, el negocio se expandió más allá de los mercados locales.

Además, las herramientas de TICs ayudan a las PYME a lograr una ventaja competitiva significativa. Danneels y Kleinschmidt (2001) argumentaron claramente que los mercados y la tecnología son dos componentes clave en la promoción del desarrollo económico de las PYMES que finalmente llegarán al mercado internacional. También puede explicarse investigando el impacto de las TICs en las empresas de turismo comunitario desde la perspectiva del país en desarrollo. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) (2016) ha establecido claramente un vínculo sólido entre esta importante industria de ingresos en divisas y el desarrollo

socioeconómico en el país. Karimidzboni afirma que “la colisión acelerada entre tecnología y turismo en los últimos años ha producido cambios indispensables en la comprensión de la naturaleza del turismo, con todas sus ramificaciones económicas, dentro de la industria turística en su conjunto” (2013). Por lo tanto, la industria del turismo está muy influenciada por la tecnología habilitada por las TICs, ya que la primera es un sector altamente informativo y con una estructura intensiva. Finalmente para el presente estudio se toma datos de una encuesta que se realizó en el este de Londres y Sudáfrica, en una sección de negocios relacionados con el turismo. Se ha utilizado la técnica de muestreo aleatorio y se han recopilado datos primarios sobre la base de un cuestionario semiestructurado. Los grupos destinatarios son empleados de la agencia de turismo y clientes del negocio. A partir de las respuestas, se puede identificar claramente el conocimiento de los empleados sobre el desempeño de la empresa actual con respecto a la implementación de tecnología habilitada por TICs. Además, a partir de las respuestas de los clientes, se puede obtener una idea clara sobre la mejora en el entorno empresarial, en términos de alojamiento, alimentos y bebidas, y la estrategia de guía turística, debido a la implementación de la tecnología habilitada por las TICs.

Conclusiones

Del análisis de la encuesta, se puede afirmar claramente que las TICs tienen enormes impactos beneficiosos en el negocio del turismo. Como el cuestionario se basó

en el modelo de recursos de competitividad, por lo tanto, indicaría claramente sobre los siguientes efectos beneficiosos de las TICs: a) aumento de la competitividad, b) aceleración del servicio, c) aumento de la cuota de mercado, d) mejora de la empresa buena voluntad, e) niveles de satisfacción del cliente y f) mejora de la rentabilidad. Además, la tecnología habilitada por las TIC ha ayudado a las empresas de turismo a ingresar a nuevos mercados y, por lo tanto, abrir oportunidades para la expansión internacional. Por lo tanto, las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) han promovido el alcance de las pymes más allá de los mercados locales (Buhalis y Zoge, 2007). Las TICs también han ayudado a aprovechar la infraestructura de la organización mediante la promoción de los servicios financieros en forma formal y no formal en las áreas más remotas. El rol de las TIC en la gestión de crédito y la introducción de tecnología de bajo costo para ayudar a las PYME a acceder a la información requerida es muy esencial para sobrevivir en este mercado competitivo.

Por lo tanto, los efectos beneficiosos de la tecnología habilitada por las TICs están cambiando significativamente el paradigma competitivo en el que las empresas realizan sus actividades operativas. Las PYMES también participan en el desarrollo / mejora de sus productos o procesos y, por lo tanto, esta tecnología habilitada para las TICs ayuda mucho a hacer frente a los requisitos del cliente. La tecnología habilitada para las TICs, con sus ventajas

y oportunidades, también está ayudando a las PYMES a aumentar su productividad, eficiencia de negocios y administrar la operación de una mejor manera. Además de estos, también pueden aprovechar los beneficios del aumento de la competitividad, la integración vertical con otras iniciativas relacionadas, la gestión de partes interesadas de diversas instituciones y la creación de un entorno favorable al desarrollo para captar nuevos mercados. Todos estos factores beneficiosos permiten a las PYMES transformar sus actividades económicas a nivel global con énfasis en su estructura de gobierno y libre flujo de información. Finalmente, debido al papel potencial de las PYMES en la mejora del crecimiento económico y la generación de empleo, pueden promoverse como factores impulsores en el desarrollo económico de la nación.

Referencias Bibliográficas

Apulu, I., Iatham, A., & Moreton, R. (2011). Factors affecting the effective utilization and adoption of sophisticated ICT solutions: Case studies of SMEs in Lagos, Nigeria. *Journal of Systems and Information Technology*, 13(2), 98-100.

Avlonitis, G.J., Papastathopoulou, P.G., & Gounaris, S.P. (2001). An empirically-based typology of product innovativeness for new financial services: Success and failure scenarios. *Journal of product Innovation Management*, 18(5), 324-342.

Barua, A. & Mukhopadhyay, T. (2000). Business value information technologies: Past, present and future. In Zmud, R.W. (Ed.), *Framing the Domains of Information Technology Management: Projecting the Future through the Past*. Cincinnati: Pinnaflex Educational

Resource.

Bell, M. & Pavitt, K. (1993). Technological accumulation and industrial growth: contrasts between developed and developing countries. *Industrial and Corporate Change*, 2(2), 157-211. <https://doi.org/10.1093/icc/2.2.157>.

Berry, L.L., Shankar, V., Parish, J.T., Cadwallader, S., & Dotzel, T. (2006). Creating new markets through service innovation. *Sloan Management Review*, 47(2), 56-63.

Blackwell, P., Shebab, E. M., & Kay, J. M. (2006). An effective decision-support framework for implementing enterprise information systems within SMEs. *International Journal of Production Research*, 44(17), 43-47.

Buhalis, D. & Zoge, M. (2007). The strategic impact of the Internet on the tourism industry. In: M. Sigala, L. Mich, & J. Murphy (Eds), *Information and communication technologies in tourism 2007* (pp. 481-492). New York: Springer.

Buhalis, T. & Mihalič, D. (2013). ICT as a new competitive advantage factor – case of small transitional hotel sector. *Economic and Business Review*, 15(1), 33-56.

Chen, H. & Huang, Y. (2004). The establishment of global marketing strategic alliances by small and medium enterprises. *Small Business Economics*, 22, 365-77.

Chen, L.C., Lin, S. & Kuo, C.M. (2013). Rural tourism: Marketing strategies for the bed and breakfast industry in Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 278-286.

Chong, S. (2007). Business process management for SMEs: an exploratory study of implementation factors for the Australian wine industry. *Journal of Information Systems and Small Business*, 1, 1-2.

Danneels, E. & Kleinschmidt, E.J. (2001).

- Product Innovativeness from the Firm's Perspective: Its Dimensions and their Relation with Project Selection and Performance. *The Journal of Product Innovation Management*, 18, 357–73.
- European Commission. (2010). *The Smart Guide to Innovation- Based Incubators* (IBI) (p. 39). European Union, 2010. <https://doi.org/10.2776/16668>.
- Galperin, H. & Mariscal, J. (2007). *Digital poverty: Latin American and Caribbean perspectives*. Ottawa, International Development Research Centre (IDRC-Canada) and Rugby, UK: Practical Action Publishing.
- Ghana Co-operative Susu Collectors Association. (2011). *Report on sensitization: Bank of Ghana operating rules & guidelines for microfinance institutions*. Retrieved from: <http://ghanasusu.com/ghanasusu/Sensitization%20Report.pdf>.
- Goyal, A. (2010). *Information technology and rural markets: theory and evidence from a unique intervention in central India*. College Park, Maryland, USA: University of Maryland.
- Grace, L. (2011, June). *Financing the value chain through input dealers*. Presentation at Cracking the Nut –Overcoming Obstacles to Rural & Agricultural Finance Conference, Washington, DC.
- Kalantaridis, C. (2004). Internationalization, strategic behavior, and the small firm: a comparative investigation. *Journal of Small Business Management*, 42(3), 245-62.
- Karimidzboni, R. (2013). The impact of ICT on the tourism industry in Iran. Interdisciplinary. *Journal of Contemporary Research in Business*, 4(11), 680-685.
- Karlan, D. (2009). *Project evaluation – Finding Missing Markets: An Agricultural Brokerage Intervention in Kenya*. New Haven, Connecticut, USA: Innovations for Poverty Action.
- Kim, H.W., Chan, H.C., & Gupta, S. (2007). Value-based adoption of mobile internet: An empirical investigation. *Decision Support Systems*, 43(1), 111-126.
- Lee, B.C. & Wicks, B. (2010). Podcasts for tourism marketing: university and DMO collaboration. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education*, 9(2), 102-11.
- Leung, D., Law, R., Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 30(12), 3-22.
- Mihajlovic, I. (2012). The impact of information and communication technology (ICT) as a key factor of tourism development on the role of Croatian travel agencies. *International Journal of Business and Social Sciences*, 3(24), 151-159.
- Miller, C. & Jones, L. (2010). *Agricultural value chain finance: tools and lessons*. Rugby, UK: Practical Action Publishing.
- Mohsin, M., Bashir, M., & Latif, A. (2013). The effect of information technology support on innovation concepts: A study of textile sector in Pakistan. *International Journal of Academic Research and Social Sciences*, 3(3), 105-112.
- Munar, A.M. (2012). Social media strategies and destination management. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(2), 101-120.
- Rausch, T. (2010). *The DrumNet Project: innovating in agriculture finance and ICT*. Presentation at European Microfinance Platform, Neumünster, Luxembourg.
- World Travel and Tourism Council (WTTC). (2016). *Travel and Tourism economic impact 2016*. London: World Travel and Tourism Council.

*Approaches to the
sharing economy from
the technological practice
approach*

Aproximaciones a la economía colaborativa desde el enfoque de la práctica tecnológica

AUTOR:: O. Yaulema Zavala^{1*}, I. Oña Ordóñez², T. Lucio Mancheno³

1. Olger Yaulema es Doctorando en Ciencias Económicas de la Universidad de La Habana, Cuba, y Director de M&L Consulting.
2. Israel Oña es estudiante de la Carrera de Ingeniería en Sistemas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
3. Tatiana Lucio, Magíster en Gestión de Proyectos de Desarrollo de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador, y Docente-Investigadora del Instituto Tecnológico Superior "República de Alemania".

RESUMEN

El presente artículo aborda aspectos relevantes sobre el enfoque de la práctica tecnológica como pilar fundamental para la consolidación de una economía colaborativa, tomando la teoría del investigador Pacey (1990) en donde establece que la sociedad se fundamenta bajo una práctica tecnológica caracterizada por tener una visión organizativa, cultural y técnica, por tanto los autores realizan una revisión de componentes social, económico y tecnológico, factores que sustentan a la economía colaborativa como un nuevo modo de producción.

RESUMEN

This research addresses relevant aspects of the technological practice approach as a fundamental pillar for the consolidation of a sharing economy, taking the theory of the researcher Pacey (1990), where it establishes that society is based on a technological practice characterized by having an organizational, cultural and technical vision, therefore the authors perform a review of social, economic and technological components, factors that support the sharing economy as a new mode of production.

Palabras claves:

Tecnología, Sociedad, Economía colaborativa, Práctica tecnológica

Keywords:

Technology, Society, Sharing Economy, Technological Practice

1. Introducción

Actualmente, varias manifestaciones se han abordado sobre nuevos enfoques que surgen como modelos de gestión administrativa y tendencias de negocios con la finalidad de satisfacer las necesidades crecientes del mundo contemporáneo. Los nuevos sistemas y modos de producción centran su principal atención sobre la manera de gestionar y apoyar a las economías que se encuentren dentro de un mismo sector, llegando así a lo que en la actualidad se conoce como economía colaborativa, este nuevo enfoque que surge como un nuevo paradigma empresarial y de negocios basado en la idea de construir un ecosistema socio económico a través del intercambio de información, creación, construcción y oferta de bienes y servicios mediante el soporte indiscutible del uso de herramientas tecnológicas, en donde los sociales y económicos soportan su inminente avance.

En un mundo cada vez más globalizado, las nuevas tecnologías permiten que existan más oportunidades de negocios, mejores posicionamientos de servicios y productos, lo que permite que éstas tengan un número de oportunidades mayores para poder con el fin de mejorar sus economías y las relaciones interinstitucionales e interpersonales.

En el constante manejo de tecnología es importante distinguir que la práctica de la misma desde la visión de Arnold Pacey (1990) se fundamenta bajo un aspecto

organizativo, cultural y técnico, ya que propone que la nueva esfera tecnológica es valorada desde un contexto social el mismo que contiene valores culturales, organizativos por parte de los ciudadanos y usuarios; y que al mismo tiempo su mayor preocupación son los fenómenos técnicos.

2. Materiales y Métodos

La investigación descrita en este trabajo de revisión se encuentra en pleno proceso, por tanto, puede ser catalogada como un desarrollo, orientado a solucionar un problema concreto. Tiene las siguientes etapas:

- Introducción y diseño preliminar.
- Análisis teórico.
- Conceptualización y diseño.
- Elaboración de la solución a proponer.
- Introducción de la solución.
- Implementación en fase de prueba.
- Ajustes a la propuesta.
- Implementación definitiva.

Se ha definido que estas etapas no son necesariamente secuenciales, pues se solapan en ocasiones y se ha comprobando que también se debe regresar a etapas anteriores con el fin de complementar alguna tarea o mejorar un proceso interno. Actualmente se está desarrollando la etapa de "Implementación en fase de prueba".

Por supuesto, se utilizan métodos y técnicas típicas de la investigación y del diseño y elaboración de sistemas de información mediante el enfoque cualitativo del cual se obtuvieron una serie de campos y di-

mensionaciones que, junto a la revisión de documentación teórica, contribuyeron a la construcción de un modelo empírico de economía colaborativa a través del uso de las Tecnologías de la información y comunicación (Tics).

Se consideró el método inductivo ya que parte de antecedentes previos a la investigación y una idea defendida que se trata de demostrar en el proceso de la investigación.

Además se consideró el método deductivo ya que parte de una teoría general como economía a un tema particular en el que se consideró la economía colaborativa, de igual forma se utilizó el método de síntesis ya que mediante un análisis y sintetización de las experiencias los datos se pudieron manipular de mejor forma y su valoración fue más efectiva.

3. Resultados y Discusión

Una aproximación de sociedad

Como es conocido el hombre es un ser social, y consecuentemente se desarrolla en sociedad desde que nace hasta que muere, de modo que a través de los años se ha visto envuelto en una evolución constante, debido a sus necesidades de adaptación y cambio del entorno en el que habita.

Existen algunas definiciones para el término sociedad por lo que resulta difícil escoger alguna, por tal motivo se presentaron varias de ellas.

El investigador Fichter (1974), establece

que las personas sociales forman la unidad de la sociedad y por ende las pautas de este comportamiento son la unidad de la cultura, por tanto analiza a la persona en sus relaciones humanas con los demás y no como individuo aislado, siendo así la define como un gran número de seres humanos que obran conjuntamente para satisfacer sus necesidades sociales y que comparten una cultura común, además incluye que:

- Las personas de una sociedad constituyen una unidad demográfica.
- La sociedad existe dentro de una zona geográfica.
- La sociedad es compuesta por grandes grupos que se diferencian entre sí por su función social.
- La sociedad se compone de grupos de personas que tienen una cultura semejante.
- La sociedad debe poderse reconocer como una unidad que funciona en todas partes
- La sociedad debe poderse reconocer como una unidad social separada.

Cuando una sociedad funciona en forma normal y adecuada, se hacen las cosas de una manera eficiente y satisfactoria de lo que harían los individuos aislados, por tanto, Fichter (1974) establece que la sociedad desempeña ciertas funciones generales a través de las funciones más específicas determinadas que son propias de los grupos principales y define las siguientes funciones generales:

- Reúne a las personas en el tiempo y en el espacio, haciendo posibles las mutuas relaciones humanas.
- Proporciona medios sistemáticos y adecuados de comunicación entre ellas, de modo que puedan entenderse.
- Desarrolla y conserva pautas comunes de comportamiento que los miembros de la sociedad comparten y practican.
- Proporciona un sistema de estratificación de status y clases, de modo que cada individuo tenga una posición relativamente estable y reconocible en la estructura social.

Por otro lado el investigador Luhmann (1996), establece una aproximación al concepto de la sociedad a partir de la teoría de sistemas y considera a la sociedad como uno más entre los diferentes tipos de sistemas. Los sistemas pueden ser máquinas, organismos, sistemas psíquicos y sistemas sociales. Dentro de éstos encontramos las interacciones, las organizaciones y las sociedades. Así pues, una sociedad es un tipo de sistema social.

Siendo consecuentes con lo anterior mencionado, para los autores surge la incógnita ¿Qué es un sistema social?, y en tal sentido se expresan que un sistema social es un conjunto de personas las mismas que se relacionan entre sí, desde el momento que existe comunicación entre personas surgen sistemas sociales, pues para Alamaraz (1997) con cada comunicación se inicia una historia que experimenta un proceso de diferenciación mediante la

mutua referencia de las selecciones de los sujetos, que hace que se realice solamente alguna de las muchas posibilidades.

Según lo mencionado anteriormente, los autores establecen que sociedad es un gran número de individuos que comparten una cultura común y actúan conjuntamente para satisfacer sus necesidades sociales. Además sostienen que la sociedad constituye una unidad demográfica, ya que existe dentro de una zona geográfica común, la misma que está constituida por grandes grupos que se diferencian entre sí por su función social.

Finalmente el desarrollo de la tecnología ha dado el impulso para que hoy la sociedad exista como una sociedad globalizada.

Técnica y tecnología

La técnica permitió la transformación del medio en el que los seres humanos se desarrollaron a diferencia de las demás especies, pues esto ayudó a transformar el mundo que los rodea, buscando nuevas y mejores formas de satisfacer sus necesidades o deseos.

Sin duda alguna, la técnica es el procedimiento o conjunto de procedimientos operativos útiles desde el punto de vista práctico para determinados fines. Constituye un saber cómo, sin exigir necesariamente un saber por qué. Ese por qué, es decir, la capacidad de ofrecer explicaciones, es propia de la ciencia. Pero debemos "admitir inicialmente que la técnica se refiere al hacer eficaz, es decir, a reglas que per-

miten alcanzar de modo correcto, preciso y satisfactorio ciertos objetivos prácticos” (Agazzi, 1996).

En tanto, la técnica es un procedimiento o conjunto de reglas que tiene como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de las ciencias, de la tecnología, del arte, del deporte, de la educación o en cualquier otra actividad realizada por el hombre sin duda alguna la técnica requiere tanto destrezas manuales como intelectuales, frecuentemente el uso de herramientas y conocimientos muy variados.

Pero se debe tomar en cuenta Bunge (1985) sostiene que un cuerpo de conocimientos es una tecnología si y solamente si:

- Es compatible con la ciencia coetánea y controlable por el método científico, y
- Se lo emplea para controlar, transformar o crear cosas o procesos, naturales o sociales.

Por tanto, estos procedimientos no apartan a la creatividad e innovación como factor importante de la técnica por lo que no se limita simplemente a repetir los procedimientos conocidos, sino buscar de qué forma se pueden satisfacer las necesidades de la humanidad.

Como se observa, la relación entre ciencia y técnica describen un nuevo paradigma, que conducen a un cambio profundo del pensamiento científico, desde esta perspectiva surge un nuevo elemento llamado tecnología que representa un nivel de desarrollo de la técnica en la que la alianza

con la ciencia crea un rasgo determinante.

A la tecnología se la ha estudiado desde diferentes puntos de vista o enfoques, desde la comunicación, la cultura, la economía, etc. Sin embargo, abordar el tema de tecnología es difícil, incluso en la actualidad existe discusión y polémica por este concepto; ante todo esto a nivel mundial se discute mucho para encontrar una definición del término, que se vuelve complejo y sujeto a varios puntos de vista.

El diccionario de la Real Academia Española define a la tecnología como el “conjunto de los conocimientos propios de un oficio mecánico o arte industrial”, o también como “el conjunto de los instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto” (DRAE, 2001).

Por una parte, para los investigadores Sanmartín, Cutcliffe, Goldman y Medina (1992) la tecnología tiene su origen cuando la técnica que hace referencia a procedimientos, habilidades, artefactos, desarrollados sin ayuda del conocimiento científico, y comienza a vincularse con la ciencia, y con los métodos de producción. La tecnología no sólo abarca “el hacer”, sino también su reflexión teórica (el “saber” o “conocimiento”).

Tras los acercamientos de la sociedad post-industrial y el sistema de producción capitalista, las organizaciones producen bienes con el objetivo de valorizar su capital a través de la apropiación del trabajo ajeno. Intenta constantemente disminuir el trabajo necesario actual para producir

plusvalía, a través de la competencia con otros productores independientes. El proceso de innovación y posterior difusión de la tecnología es bien explicado por Karl Marx.

Las nuevas tecnologías producen mayores logros a en cualquier esfera, ya que aportan soluciones más eficientes para aumentar las posibilidades de plusvalía, y consecuentemente, de ganancia. La apropiación de la misma, puede ser privada (sociedades capitalistas) o sociales (sociedades más enfocadas a la elevación del nivel de vida de las grandes masas). Hay mayor agilidad a la hora de adquirir información y se hace más eficiente y exigente cada proceso económico, político, social, cultural, de negocios, de profesionales de cualquier materia; con lo positivo y negativo que esto acarrea.

Y justamente la tecnología no son máquinas o maquinarias inofensivas pues las relaciones que existen con la sociedad son complejas. De un lado, no hay duda de que la tecnología está sujeta a un cierto interés social, pues esta idea esta evidenciada a que la tecnología es socialmente moldeada según los requerimientos de la tan conocida globalización.

Desde un sentido tecnológico, la globalización depende de los avances en la conectividad (transporte y telecomunicaciones), facilitando la libre circulación de ideas, informaciones, capitales, personas y la masificación de las TIC y el Internet. Las empresas transnacionales son la expres-

sión concreta del capitalismo agresivo en el actual proceso de globalización.

Desde otro punto de vista, en un mundo cada vez más globalizado, las nuevas tecnologías permiten que haya más oportunidades de negocios, mejores posicionamientos de diferentes servicios y productos y permiten que éstas tengan un número de oportunidades mayores para poder mejorar sus economías y las relaciones interinstitucionales e interpersonales.

Estas oportunidades también pueden representar amenazas: no es lo mismo el crecimiento de una persona que tenga conocimientos en finanzas y cuente con tecnología que le permita hacer transacciones electrónicas a través de las llamadas empresas “punto com” o digitales, que una persona en cualquier lugar del mundo que carezca del conocimiento necesario, pero además que carezca de tecnología que le permita realizar el mismo trabajo. Innegablemente esta última persona no podrá mejorar su economía, por lo que se muestra que sus diferencias se ven influenciadas por el desarrollo tecnológico puede tener, en dependencia de la apropiación de la ganancia que se pueden generar.

Finalmente La tecnología no puede ser vista como el elemento primordial en la vía de avance de la humanidad. Los avances técnicos son importantes porque permiten al hombre utilizar y desarrollar toda su capacidad, pero tienen una menor importancia en tanto los instrumentos que facilitan para el desarrollo de la tecnología pero que

a su vez se necesita de la ciencia para poder sistematizarlo y manejarlo tanto a nivel práctico como conceptual (el cómo hacer técnicamente y como se debería hacer teóricamente).

Sociedad Colaborativa y Cultura tecnológica.

La construcción de una nueva sociedad en la que los modos de producción económicos y las Tics se alien para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos gracias a la globalización ha sido uno de los objetivos fundamentales del Siglo XXI, con la incorporación de las Tics en los procesos más pequeños de la vida cotidiana, las organizaciones públicas y privadas, empresas, microempresas, emprendimientos y startup no son la excepción, pues se ha podido identificar que hoy día, las tendencias de los mercados y de las empresas a extenderse, han alcanzado una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales (DRAE, 2001).

Este fenómeno inevitable, que para el investigador Beck (2008), hay que adaptarse a él, pues no hay cabida para el rechazo de modo que todo evento local puede afectar y afecta globalmente, se ve manifestado en los nuevos cambios económicos que sufre la humanidad a nivel mundial, ha forjado la idea de construir una sociedad de la información, la misma que ha tenido precursores claves, que desde diversas ópticas han analizado la necesidad de una sociedad global apoyada en medios de comunicación, información y conocien-

to. Los investigadores Samuelson y Hicks sustentados bajo la Teoría de la Competencia Perfecta y Marshall sustentado en la Ley de la Oferta y la Demanda introdujeron el elemento informacional para corregir las imperfecciones y distorsiones que se presentan en el mercado.

Por su parte, Adam Smith prestó especial atención a los procesos de difusión de conocimiento a través de la enseñanza, tal fue la importancia que le dio, que la consideró como la parte más importante dentro del desarrollo. “El propio Marx pensó que los procesos de mejora de los medios de comunicación determinaban las condiciones generales de la producción social a medida que la producción y el intercambio (transporte y comunicaciones) de bienes físicos se hacen más importantes, los costos de circulación de las mercancías adquieren mayor relevancia” (Andrade Castro, 2007).

Para entender el concepto sociedad de la información y comunicación se hará un recuento hacia finales de los años setenta y ochenta en donde un grupo de autores manifestaban el inicio de un periodo de grandes cambios económicos y sociales.

El matemático estadounidense Norbert Wiener como el fundador de la cibernética, desarrolló una filosofía general de la tecnología, pues para poder realizarla Wiener se propuso reunir teóricamente y de forma lógica un conjunto de conocimientos disciplinarios, tras haber realizado sus estudios y análisis concluyo que ya sea un ser biológi-

co, artificial o mecánico se lo puede definir en base al intercambio de la información que este transmite, en sentido de que el propósito de la cibernética de Wiener fue comprender los comportamientos de intercambio de información. Por lo que el ser humano y la sociedad son definidas como entidades compuestas esencialmente de información (Wiener, 1989).

A partir del postulado de Fritz Machlup en el que define que “en la sociedad de la información el número de personas dedicadas al manejo y procesamiento de información es mayor que el de quienes realizaban tareas físicas” (Machlup, 1962). Dando a las empresas y organizaciones de ese tiempo un nuevo enfoque en sus recursos tanto materiales como humanos y fundamentalmente en la información y conocimientos con lo que estos contaban.

Para el año 1973, el sociólogo estadounidense Daniel Bell introduce el término sociedad de información, en su libro *El advenimiento de la sociedad post-industrial*, donde formula que el eje principal de ésta, será el conocimiento teórico y propone que los servicios basados en el conocimiento habrían de convertirse en la estructura central de la nueva economía y de una sociedad apuntalada en la información. Redefinió la sociedad post-industrial empezándola a llamar sociedad de la información, consecuentemente define que una sociedad post-industrial está basada en servicios por tanto lo que cuenta no es la fuerza bruta o energía, sino la informa-

ción, además de que una sociedad post-industrial es una donde la mayoría de los empleados no están envueltos en la producción de bienes tangibles, además que la sociedad post-industrial entreteje el poder con el conocimiento y se crea un considerable aumento de las tecnologías de la información, que lleva a la constitución del concepto de la era de la información (Bell, 1973).

Uno de los primeros acercamientos oficiales relacionados con la Sociedad de la Información se originó en Japón a través del Ministerio de Industria y Comercio (MITI) con el plan JACUDI. El Plan JACUDI es un Informe del Industrial Structure Council, titulado *Towards the Information Society*. En 1972 y a partir de las conclusiones de ese Informe una organización no lucrativa japonesa, el Japan Computer Usage Development Institute (JACUDI) le presentó al gobierno japonés el Plan para la Sociedad de la Información: un objetivo nacional para el año 2000. Este Plan representó la primer propuesta estratégica sobre las políticas públicas hacia la Sociedad de la Información (Valenti, 2002).

En 1980 el sociólogo japonés Yoneji Masuda, director del plan JACUDI y fundador del Instituto para la Sociedad de la Información, aporta con la concepción actual de lo que se entiende por Sociedad de la Información, en su libro *The Information Society as Post-Industrial Society* y traducido al castellano en 1984 como la Sociedad Informatizada como Sociedad Post-Indus-

trial, propone que es la sociedad que crece y se desarrolla alrededor de la información y aporta un florecimiento general de la creatividad intelectual humana, en lugar de un aumento del consumo material. (Masuda, 1980).

En 1996 Raúl Trejo Belarbre nos deja una definición de la Sociedad de la Información en la que recalca la importancia del entorno humano y que ganó presencia en Europa, donde es muy empleado como parte de la construcción del contexto para la Unión Europea pues dicha definición nos dice que: “más que un proyecto definido, es una aspiración: la del nuevo entorno humano, en donde los conocimientos, su creación y propagación son el elemento definitorio de las relaciones entre los individuos y entre las naciones” (Trejo Belardre, 1996).

Por su parte, Manuel Castells define a la Sociedad de la Información como un nuevo sistema tecnológico, económico y social basado en “una economía en la que el incremento de productividad no depende del incremento cuantitativo de los factores de producción (capital, trabajo, recursos naturales), sino de la aplicación de conocimientos e información a la gestión, producción y distribución, tanto en los procesos como en los productos”. (Castells, 1998).

Por otro lado, la noción de Sociedad del Conocimiento surge para consolidarse como una fase superior a la Sociedad de la Información, pues lo que se busca es diferenciar la información del conocimiento, todo esto movilizado por la importante

presencia de las TICs.

En 1974, Peter Drucker, destacaba la necesidad de generar una teoría económica que colocara al conocimiento en el centro de la producción de riqueza. Al mismo tiempo que lo más importante no era la cantidad de conocimiento, sino su productividad. En este sentido, para una sociedad de la información el recurso básico sería el saber, que la voluntad de aplicar conocimiento para generar más conocimiento debía basarse en un elevado esfuerzo de sistematización y organización.

Para finales de los años 60, Drucker, el nuevo teórico del management, con relación a la Sociedad del Conocimiento afirmaba que sería una “sociedad en la que la gestión empresarial cambiaría radicalmente su relación con los trabajadores del conocimiento empleados, pues éstos últimos estarían mucho menos necesitados de instituciones empresariales e incluso de la tradicional gestión del conocimiento que las primeras lo estarían de ellos” (Drucker, 1994).

Por tanto, la Sociedad del Conocimiento se consolida como un nuevo paradigma social en el que la alianza entre el conocimiento y la información ocupa un lugar muy importante en los sistemas de producción y comunidades existen y sólo pueden ser entendidas por sus modos propios de comunicación, una idea que Wiener expone claramente en el libro titulado “Cibernética y sociedad”, publicado en 1950. Como en toda la perspectiva cibernética, las máqui-

nas ocupan un rol central en la articulación de lo colectivo. En el caso concreto de la sociedad de comunicación de Wiener “forman parte de la corriente global de lucha contra la entropía al mantener abiertos los canales de comunicación” (Wiener, 1989).

Consecuentemente, Wiener observó tempranamente el rol de la información como concepto crucial para pensar las relaciones humanas en una sociedad acogida ya por la tecnología. Ya que la sociedad cibernética creada por Wiener establece que la información circula libremente, con lo que surge una evidente similitud con las definiciones contemporáneas de la sociedad de la información.

En estudios realizados por la UNESCO como entidad oficial que agrupa a un alto porcentaje de países del mundo, sostiene que el concepto pluralista de sociedades del conocimiento va más allá de la sociedad de la información ya que apunta a transformaciones sociales, culturales y económicas en apoyo al desarrollo sustentable. Los pilares de las sociedades del conocimiento son el acceso a la información para todos, la libertad de expresión y la diversidad lingüística. (UNESCO, 2005).

De modo que el elemento central de las sociedades del conocimiento es la capacidad para identificar, producir, tratar, transformar, difundir y utilizar la información con vistas a crear y aplicar los conocimientos necesarios para el desarrollo humano. Consecuentemente las sociedades se basan en una visión de la sociedad que pro-

picia la autonomía y engloba las nociones de pluralidad, integración, solidaridad y participación entre sí.

Los medios de comunicación en el mundo son un importante avance debido a que a través de ellos podemos acceder a cualquier tipo de información desde el lugar que sea y a la hora que sea. En la actualidad, basta con tener una computadora, un teléfono móvil (Smartphone) o cualquier otro dispositivo electrónico para conectarse con el mundo.

Una visión económica y organizativa

Para el investigador Castells (1997), el punto de entrada para analizar la complejidad de la nueva economía, sociedad y cultura en formación es la revolución de la tecnología de la información, debido a su capacidad de penetración en todo el ámbito de la actividad humana, por tanto analiza una estructura social que se crea a través de tres tipos de relaciones:

- Relaciones de producción, ligadas a la interacción del hombre con la naturaleza y cómo esta se transforma para la creación de bienes y servicios que satisfagan sus necesidades.
- Relaciones de experiencia, un núcleo fundamental de las relaciones humanas y que se han estructurado históricamente alrededor de la familia y sociedad.
- Relaciones de poder, entendido este como la habilidad de ejercer presión para garantizar el cumplimiento de las reglas sociales dominantes.

Consecuentemente las formas como se establecen, mantienen, modifican o destruyen estas relaciones varían ante los nuevos surgimientos de paradigmas sociales en el siglo en el que nos encontramos actualmente.

Estos nuevos paradigmas sociales son los que van dando surgimiento a la nueva sociedad o la sociedad red, la misma que nace de una revolución tecnológica basada en la información y el conocimiento y que genera una nueva economía con tres características fundamentales:

- La nueva economía informacional, de forma que la generación y transformación de la información son determinantes en la productividad del sistema.
- La nueva economía global, es decir, opera a nivel mundial.
- La nueva economía en red, dando lugar a la empresa-red, organización económica de un nuevo modelo con alta flexibilidad y operatividad, de configuración variable y que funciona como una red: plana en jerarquías y donde lo importante es la interconexión de los distintos nodos.

En la Sociedad Red la realidad está construida por redes de información que procesan, almacenan y transmiten información sin restricciones de distancia, tiempo ni volumen. Esta nueva forma de entender el funcionamiento de la sociedad se basa en el fenómeno de la globalización, el cual se ha ido desarrollando gracias a Internet, además de que surge como un proceso de cambio informacional fundamentado en lo

que Castells (1997) denomina como la revolución de la tecnología de la información, la misma que ha sido útil para llevar a cabo un proceso fundamental de reestructuración del sistema capitalista a partir de la década de los ochenta.

El objetivo de la sociedad de la información de hecho se encuentra arraigado por la globalización y además tiene un carácter integrador, es decir que ya se debe tener un amplio conocimiento de la existencia de las Tics y por ello es fundamental fomentar el acceso y la utilización de las mismas.

Brindar la importancia económica que se debe a las actividades productivas y organizativas de carácter informacional fue una de las tareas del investigador Machlup (1962) quien estableció cinco categorías principales sobre valores económicos:

- Educación (escuelas, colegios, librerías, etc.).
- Medios de comunicación (radio, televisión, anuncios, etc.).
- Hardware informático (ordenadores).
- Servicios de información (leyes, seguros, medicina).
- Otras actividades de información (investigación y desarrollo).

Sin embargo, el investigador Porat (1977), unos años más tarde realizó una subdivisión de la industria en tres sectores, primario, secundario y sector de la "no información".

En el primer sector se encuentran aquellas industrias que trabajando rectamente con información como materia prima, y de sus

productos se puede obtener rendimiento económico de forma directa, como por ejemplo los medios de comunicación, la publicidad o la educación. En el segundo sector Porat incluyó todos los servicios dentro de las instituciones gubernamentales o privadas que utilizan o producen información de manera interna, como los departamentos de marketing o Investigación y Desarrollo de cualquier compañía. Como tercer sector o “no informacional”, separó las actividades puramente de producción o negocio.

Actualmente, los modos de producción comparten recursos mediante intercambios económicos a través de plataformas electrónicas, especialmente en redes sociales, venden y comprar productos y/o servicios por medio de compensaciones económicas, no obstante siendo consecuentes con Mier y Pastrana (2016) la economía colaborativa como un nuevo paradigma en los modos de producción resalta la relación entre pares principalmente individuos que realizan transacciones de recursos mediante plataformas tecnológicas que les permiten realizar tales interacciones, comunicándoles y facilitándoles el proceso y negociación del intercambio.

Este nuevo paradigma, inicia su creciente auge tras las publicaciones de los investigadores Delong y Summers (2001), Algar (2007), Lessig (2008), Rodrigues y Druschel (2010), Botsman y Rogers (2010), Friedman (2014), Rauch y Schleicher (2015), , Martín (2016) y las grandes apa-

raciones de plataformas como Uber, Airbn, Bokking, entre otras, que cambiaron en un giro de 360° la visión del modelo de negocios tradicional.

La literatura actual sobre el tema es aún confuso, pues han surgido varios términos como: “new economy”, “sharing economy”, “collaborative consumption”, “peer-to-peer economy”, “gig economy”, “sisaggregate economy”, “access economy”, entre otras, que han tratado de consolidar un concepto y un estado de arte en relación a estas variables, no obstante los autores sostienen la defición emitida por los investigadores Hamari, Sjöklint y Ukkonen (2015) quienes manifiestan que la economía colaborativa como una actividad de igual a igual (peer-to-peer) basada en obtener, dar o compartir el acceso a los bienes y servicios, coordinados a través de servicios online comunitarios.

Para Botsman y Rogers (2010) la economía colaborativa consolidado como un macro sistema de producción, se clasifica en tres sistemas: el primero de ellos, en donde el individuo o usuario paga por la utilización y disfrute de un producto o servicio sin la necesidad de adquirir su propiedad; un segundo sistema en donde los mercados de redistribución están relacionados con la copropiedad o transferencia de la propiedad de productos infrautilizados hacia usuarios que realmente harán uso de ellos, y por último, un tercer sistema, en donde los estilos de vida colaborativos, incluyen tanto iniciativas de intercambio y puesta en

común de bienes tangibles (coches, alojamiento) como intangibles (tiempo, habilidades, información, conocimientos).

Siendo consecuentes con Yaulema y Blanco (2016) son las nuevas sociedades denominadas smartcities, ciudades inteligentes o ciudades digitales en donde hacen uso de las tecnologías con el fin de poder satisfacer las necesidades de sus ciudadanos, por tanto, se construye el presente proyecto a través de su fase piloto sustentado teóricamente por las variables “economía colaborativa” y “práctica tecnológica”, con la finalidad de mejorar los ingresos económicos de los pequeños negocios que reparan bicicletas en la ciudad de Riobamba.

Con el fin de identificar las funcionalidades necesarias para obtener la aplicación móvil que abarca el presente proyecto, menciona que se identificaron 2 targets, un target principal en el que se reúne a los negocios de reparación de bicicletas y un target secundario en el que se toma en cuenta a usuarios ciclistas.

Funcionalidades.- A continuación, se identifican los 12 requerimientos funcionales de la app móvil para Android:

- Registrarse en la aplicación por medio de Facebook, Google o correo electrónico.
- Iniciar sesión en la aplicación por medio de Facebook, Google o correo electrónico.
- Recuperar la contraseña de usuario por medio de correo electrónico.
- Ubicar talleres de reparación en un mapa de la ciudad.
- Seleccionar un taller en específico en el mapa.
- Visualizar información de un taller en específico (Nombre del taller, calle principal, calle secundaria, nombre del propietario, teléfono celular y/o convencional del taller).
- Visualizar horarios de atención de un taller.
- Visualizar a detalle los servicios que brinda el taller (nombre del servicio, costo base, disponibilidad de movilización).
- Listar rutas populares.
- Visualizar en el mapa el trayecto de una ruta seleccionada.
- Gestionar información de usuario.
- Cerrar sesión.

Por medio de la implementación de estos requerimientos se obtiene un sistema completo de ubicación e información de talleres de reparación de bicicletas y rutas predefinidas.

Para complementar los requerimientos funcionales especificados anteriormente, se plantean las siguientes 11 posibles funcionalidades para ser analizadas operativa y tecnológicamente en un próximo proyecto:

- Visualizar información climática.
- Ubicar negocios, instituciones, empresas, etc. que cuenten con zonas de parqueo para bicicletas.
- Ubicar negocios de comida que oferten menús saludables acordes al estilo de vida de los ciclistas.
- Ubicar negocios de venta de accesorios para bicicletas.
- Ubicar negocios de modificación de bicicletas.

- Crear nuevas rutas (cada usuario podrá crear sus propias rutas).
- Contactar al servicio de emergencia.
- Implementar un chat para los usuarios.
- Crear una sección de consejos para los ciclistas.
- Crear publicaciones (cada usuario podrá crear publicaciones con elementos multimedia).
- Compartir publicaciones (cada usuario podrá compartir sus publicaciones en sus redes sociales)

En caso de ser posible la implementación de estas, se obtendría una nueva plataforma con acceso a 4 tipos de negocios adicionales, resultando en una plataforma especializada y enfocada en la comunidad de ciclistas.

Forma de interactuar.- En el presente proyecto se establece que la forma de interactuar entre los targets identificados serán de una manera directa, sin intermediación, ya que el proyecto pretende mejorar los ingresos del target principal a través del enfoque de economía colaborativa.

Integración de otros servicios.- Para las funciones planteadas de negocios de con servicio de alimentación, adquisición de accesorios y modificación de bicicletas; se establecerá un costo de integración a la plataforma ya que son servicios extras que ofrece la aplicación.

Público objetivo.- Actualmente, se pretende que la aplicación sea utilizada por los ciclistas de la ciudad de Riobamba.

No obstante, con el fin de poder establecer

mecanismos de sostenibilidad al proyecto, se espera que la aplicación pueda ser utilizada en más ciudades del Ecuador y posteriormente en varios países.

4. Conclusiones

A pesar de existir algunos referentes teóricos que sustentan el nuevo paradigma de economía colaborativa, es aún incipiente poder llegar a una aproximación que teórica de la misma, no obstante en los actuales y constantes flujos de conocimiento, los autores han podido tener una visión clara sobre el estado de arte de las variables estudiadas en este proyecto.

El proyecto planteado surge tras la necesidad de aportar al mejoramiento del factor socio económico de los pequeños negocios que reparan bicicletas en la ciudad de Riobamba, mediante la utilización de las TICs bajo un enfoque de economía colaborativa.

La presente propuesta contempla estructuralmente dos variables principales, la primera son los factores que sustentan la economía colaborativa (social – económico y tecnológico) y al mismo tiempo la visión de la práctica tecnológica (organización, cultura y técnica); variables que han sido estudiadas con el fin de poder entender las necesidades de la actual sociedad de la información y conocimiento en la cual nos encontramos.

Agradecimientos

Los autores agradecen la participación activa de la consultora “Management & Leadership Consulting” y “EurekaLabs” por el

aporte teórico y práctico, para que se logre consolidar la presente propuesta.

Conflicto de interés

Al tratarse de un proyecto de economía colaborativa, los autores no consideran la existencia de conflictos de ningún interés, ya que la propuesta busca mejorar el crecimiento socio económico del target a quien apunta el proyecto.

5. Referencias.

Agazzi, E. (1996). *El bien, el mal y la ciencia*. Madrid: Tecnos S.A.

Algar, R. (2007). Collaborative consumption. *Leisure Report*, 16-17.

Almaraz, J. (1997). *Niklas Luhmann: la teoría de los sistemas sociales antes de la autopoiesis*. Anthropos.

Andrade Castro, J. (2007). Sociedad de la información: Lo público y lo privado de la información. *Revista Venezolana de Gerencia*, 351 - 372.

Beck, U. (2008). *¿Qué es la Globalización?* Barcelona: Paidós.

Bell, D. (1973). *The Coming of Post-industrial Society: A Venture of Social Forecasting*. Nueva York: Basic Books.

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York: Harper Business.

Bunge, M. (1985). *Epistemología*. Madrid: Ariel.

Castells, M. (1998). *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura: El poder de la Identidad* (Vol. Volumen II).

Madrid: Alianza Editores.

Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol 1. La Sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial.

Delong, J., & Summers, L. (2001). The "New Economy": Background, Historical Perspective, Questions, and Speculations. *Economic Review - Federal Reserve Bank of Kansas City*, 29.54.

DRAE. (2001). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Felipe IV.

Drucker, P. (1994). *La Sociedad Post-Capitalista*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

Fichter, J. (1974). *Sociología*. Barcelona: Editorial Herder.

Friedman, G. (2014). Workers without employers: shadow corporations and the rise of the big economy. *Review of Keynesian Economics*, 171-188.

Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 2047-2059.

Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. New York: Penguin.

Luhmann, N. (1996). *La ciencia de la sociedad*. Barcelona: Anthropos.

Machlup, F. (1962). *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton: Princeton University Press.

Martín, C. (2016). The sharing economy: a

pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 149-159.

Marx, K. (2003). *El Capital. El proceso de producción del capital*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Masuda, Y. (1980). *The Information Society as Post-industrial Society*. Tokyo: World Future Society.

Mier, J., & Pastrana, A. (2016). Economía colaborativa y su auge en América Latina. *Digital Ciencia*, 1-14.

Núñez, J. (s.f.). *La ciencia y la tecnología como procesos sociales. Lo que la educación científica no debería olvidar*. La Habana.

Pacey, A. (1990). *La Cultura de la Tecnología*. México D.F: F.C.E.

Porat, M. (1977). *The information Economy: Definition and Measurement*. Washington D.C: Office of Telecommunications.

Rauch, D., & Schleicher, D. (2015). Like Uber, But for Local Governmental Policy: The Future of Local Regulation of the Sharing Economy. *George Mason Law & Economics Research Paper*, 15-01.

Rodrigues, R., & Druschel, P. (2010). Peer to peer systems. *Communications of the AC*, 72-82.

Sanmartín, J., Cutcliffe, S., Goldman, S., & Medina, M. (1992). *Estudios Sobre Sociedad y Tecnología*. Barcelona: Anthropos.

Trejo Belardre, R. (1996). *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. Madrid: Fundesco.

Trejo Delarbre, R. (Diciembre de 2001). *Vivir en la Sociedad de la Información. Orden global y dimensiones locales en el universo digital*. Recuperado el 19 de 01 de 2014, de Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación: <http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm>

UNESCO. (2005). *Hacia las Sociedades del Conocimiento*. Paris: UNESCO EDICIONES.

Valenti, P. (Abril de 2002). *La Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe: TICs y un nuevo Marco Institucional*. Recuperado el 19 de 1 de 2014, de Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación: <http://www.oei.es/revistactsi/numero2/valenti.htm>

Wiener, N. (1989). *Cybernetics and Society*. London: Bookcraft, Midsomer Norton, Avon.

Yaulema, O., & Blanco, L. (2016). Las Tecnologías de Información y Comunicación en los marcos del Buen Vivir en el Ecuador. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 1-24. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccss/2016/03/tecnologia.html>

MIGRATION OF YOUNG
CHILDREN FROM
MEXICO TO THE
UNITED STATES

LA MIGRACIÓN DE
NIÑOS JÓVENES DE
MÉXICO A ESTADOS
UNIDOS

AUTOR:Geovanny Paúl Morales Castillo

Coordinador de Proyectos

RESUMEN

El presente trabajo presenta algunas de las reflexiones, sobre los signos y los resultados de la migración de jóvenes y niños provenientes de las entidades federativas de mayor tradición migratoria de mexicanos hacia Estados Unidos. Tras 20 años del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, en cuanto a que la libertad de la movilidad del capital y de mercancías a través de las fronteras nacionales, destacan las ideas de capital humano, vulnerabilidad y estrategias familiares de sobrevivencia, para enfocar la relación entre capital educativo y migración. El Objetivo es garantizar políticas laborales para que la migración de un trabajador joven sea una oportunidad de desarrollo económico y social tanto del país de origen, como de destino, conforme aumenta el fenómeno migratorio entre los jóvenes tanto los que llegan de forma regular como irregular. Se debe promover políticas para que estos jóvenes y niños se desplacen de forma legal y segura al país donde ellos quieren llegar. Estos elementos son fundamentales para minimizar el riesgo de que los jóvenes sean expuestos a situaciones de abuso o explotación. Entre los principales resultados se observa la baja calificación educativa de los jóvenes y niños migrantes y se observa una acumulación de vulnerabilidad social y laboral.

RESUMEN

This paper presents some of the reflections on the signs and results of the migration of young people and children from the states with the greatest migratory tradition of Mexicans to the United States. After 20 years of the North American Free Trade Agreement, in terms of the freedom of mobility of capital and goods across national borders, the ideas of human capital, vulnerability and family survival strategies stand out, to focus the relationship between educational capital and migration. The objective is to guarantee labor policies so that the migration of a young worker is an opportunity for economic and social development in both the country of origin and destination, as the migration phenomenon increases among young people, both those who arrive regularly and irregularly. Policies must be promoted so that these young people and children can move legally and safely to the country where they want to go. These elements are fundamental to minimize the risk of young people being exposed to situations of abuse or exploitation. Among the main results is the low educational qualification of young people and migrant children and an accumulation of social and labor vulnerability is observed.

Palabras claves:

Migración, sobrevivencia, federativas, vulnerabilidad, mexicanos, explotación.

Keywords:

Migration, survival, federation, vulnerability, Mexicans, exploitation.

1. INTRODUCCIÓN

En materia de migración internacional, ha sido relevante el tema de los menores migrantes, despertando un gran interés como objeto de estudio, por el análisis específico que requiere este segmento poblacional, debido a su participación en los flujos migratorios. Cabe destacar que los jóvenes y niños mexicanos se desplazan de su lugar de origen a otro destino, para establecerse, ya sea de manera permanente o temporal. Aunque a partir de la literatura tradicional sobre la movilidad de la población se analizan dos categorías como lo señala Alejandro Canales; “Por un lado, se usa el término de “migración permanente” para referirse a quienes cambian de manera definitiva de lugar, región o país de residencia habitual¹. Por otro lado, se presenta una migración temporal, donde existen ciertas condiciones que orientan al migrante hacia una permanencia temporal en el lugar de destino.

Entre los aspectos que motivan el proceso migratorio en términos generales, tenemos los siguientes, la insuficiencia dinámica de la economía, lo que se caracteriza por la absorción del excedente de la fuerza laboral; la necesidad de mano de obra mexicana tanto en el sector agrícola ,como en el sector industrial y de servicios de la Unión Americana; la diferencia considerable del salario entre ambas naciones; la tradición

migratoria, caracterizada por el desplazamiento hacia el vecino país y la operación de complejas redes sociales y familiares que vinculan los lugares de origen y destino, los cuales facilitan la experiencia migratoria de los mexicanos en los Estados Unidos.

Es preciso que cualquier formulación de políticas en torno a proceso migratorio, esté precedido de información fidedigna sobre, la cantidad de migrantes que existe, sus características particulares, cuales son las incidencias y contribución de esos migrantes en sus países de origen y de destino , de que manera evoluciona en el país de acogida². Algunas de las cifras que manejan fuentes formales representadas en organismos internacionales, indican que para el 2013 el número de jóvenes migrantes en todo el mundo ha alcanzado los 34,8 millones. Siendo que entre los años 1990 y 2013, la población migrante menor de 20 años en las regiones en desarrollo, se incrementó en un 10 %, frente a un 3 % en las regiones desarrolladas³.

Cifras de la “Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL”, indican que para este mismo año 2013, la mayoría de los emigrantes de la región, provienen de México (más de 9 millones), seguido de la Comunidad del Caribe (1,8 millones, de los cuales 680.000 corresponden a Jamaica) y Colombia (1,4 millones). En cuarto

1 Jorge O., Bernardino M., Juan, G. Migración de jóvenes, adolescentes y niños mexicanos a Estados Unidos: una lectura sociodemográfica. 2014. Universidad Autónoma del Estado de México.

2 OECD. La Migración Mundial en Cifras. 2013. New York.

3 Ibidem

lugar de importancia figuran Cuba y El Salvador, con aproximadamente 900.000 emigrantes, seguidos de otros siete países de América Latina en que el total supera el medio millón de personas. Estos datos permiten identificar una marcada presencia de latinoamericanos y caribeños en el extranjero. Es de hacer notar que aproximadamente la mitad de los emigrantes de la región latinoamericana, para el año 2000, se desplazó durante el decenio de 1990, la gran mayoría hacia los Estados Unidos, principal destino de la migración regional¹.

La población latinoamericana y caribeña en Estados Unidos, ha constituido en el tiempo, la principal minoría étnica del país o comunidad "latina". Aunque éste grupo no es considerado homogéneo por la diversidad de rasgos que tienen sus integrantes, las cuales se fundamentan en el origen o nación de donde provienen, en características étnicas y territoriales, en las condiciones legales de la inmigración, en su capacidad de integración social y laboral, el nivel educacional y el grado de organización, entre otros aspectos².

En términos generales, la búsqueda de nuevas oportunidades o la necesidad de superar los problemas, son situaciones que han incidido en el incremento de la migración, de tal manera que ha llegado a los

límites de ser vista como una situación global, siendo sus causas una combinación de factores económicos, sociales y políticos, como la falta de libertad en países con regímenes poco democráticos, y en aquellos casos que se presenta en masa crea grandes tensiones en el país que los acoge³.

Las transformaciones producidas por las migraciones como desigualdades demográficas y una nueva dinámica económica y social, están vinculadas a mayores oportunidades tanto en el ámbito económico incidiendo en su crecimiento en la reducción de la pobreza, así como en el aspecto de la innovación sociocultural, pero también intensifica los problemas existentes dando lugar a nuevos desafíos como la migración irregular y hasta la protección de los derechos humanos de los migrantes⁴.

La tendencia de la migración intrarregional ha mantenido algunos de los destinos tradicionales, aunque con algunas variantes donde se han empezado a combinar las condiciones de países receptores de inmigración con la de emisores, tránsito, retorno o ambos. Cabe destacar que la movilidad interregional está marcada por el desplazamiento, sobre todo entre los países fronterizos o geográficamente cercanos, lo que caracteriza la creciente tendencia migratoria que existe desde México hacia Estados Unidos.

1 Martínez J., América Latina y el Caribe: migración internacional, derechos humanos y desarrollo. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). 2008, Santiago de Chile.

2 Martínez J., América Latina y el Caribe: migración internacional, derechos humanos y desarrollo. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). 2008, Santiago de Chile.

3 AGUILAR, R., Migración de menores de edad Estados Unidos-México en el período 2000-2010 ¿retornados o inmigrantes?, 2012. disponible en www.somede.org/xireunion/ponencias/Migracion%20internacional/81

4 Aruj, R. (marzo de 2018). SCIELO. Recuperado el 10 de julio de 2018, de Causas, consecuencias, efectos e impacto de las migraciones en Latinoamérica: <http://www.scielo.org.mx>

México, a pesar de ser catalogada como una de las economías más grandes de la región, posee alrededor de un 9,4% de emigrantes de su población nacional y aproximadamente sólo un 0,5% de inmigrantes presentes en este país. Lo cual denota una diferencia importante entre las personas que salen desde México hacia otros destinos extranjeros y los migrantes que son acogidos por este país. Las cifras y antecedentes en la región, permiten sostener la teoría de que existen patrones migratorios regionales que parten desde la segunda mitad del siglo XX¹, estos son la inmigración de ultramar que se origina desde el viejo mundo, el intercambio de población entre los propios países de la región y por último a la emigración desde América Latina y el Caribe hacia el extranjero, fundamentalmente a Estados Unidos.

Las posibilidades de empleo en los Estados Unidos, aspecto fundamental de las desigualdades socioeconómicas entre el norte y el sur, lo que genera un contraste entre el mercado laboral estadounidense y los de la región, son un elemento de peso para justificar el movimiento migratorio hacia este país, a pesar de que también se encuentran inmersos factores sociales y culturales.

Una vez analizados los antecedentes del proceso migratorio en la región y de forma específica entre México y Estados Unidos, es pertinente, abordar la problemática de estudio, de los menores migrantes que se desplazan desde México hacia los Estados Unidos, la cual ha sufrido importantes incrementos en los últimos tiempos. Hasta el mes de julio del año 2014, la Agencia de Aduana y Protección Fronteriza de Estados Unidos (CBP, por sus siglas en inglés) publicó que la cifra de menores migrantes no acompañados que habían sido detenidos por la patrulla fronteriza de Estados Unidos, fue de 61 mil 581 menores, lo que supera los 38 mil 45 menores reportados para todo el año 2013, con una clara tendencia creciente².

En estos últimos años, se ha visto con mayor regularidad que los niños también migran al vecino país del norte, no sólo por motivos de acompañamiento y de reunificación familiar, sino también con objetivos laborales. En este sentido, cabe destacar, que dentro del estudio de los flujos migratorios mundiales, ha sido muy poco estudiada la migración de menores, toda vez que el abrumador volumen de adultos dentro del proceso, hace de este tema un aspecto poco relevante³.

-
- 1 Villa, Miguel y Martínez, Jorge (2001), "Tendencias y patrones de la migración internacional en América Latina y el Caribe", La migración internacional y el desarrollo en las Américas, Simposio sobre migración internacional en las Américas. San José, Costa Rica, setiembre de 2000, serie Seminarios y conferencias, N° 15 (LC/L.1632-P), Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.01.II.G.170.
 - 2 Jorge O., Bernardino M., Juan, G. Migración de jóvenes, adolescentes y niños mexicanos a Estados Unidos: una lectura sociodemográfica. 2014. Universidad Autónoma del Estado de México.
 - 3 Mancillas, Celia, 2009, "Migración de menores mexicanos a Estados Unidos, en El estado de la migración", en Las políticas públicas ante los retos de la migración mexicana a Estados Unidos, disponible en www.conapo.gob.mx/.../politicaspublicas/COMPLETO.pdf

La evidente vulnerabilidad de la población infantil dentro del proceso migratorio coloca a los menores en una desventaja inminente ante los efectos, ya sean directos o indirectos de lo que pudiera significar para ellos una migración o deportación, en principio de ellos mismos y de sus padres. Existen pocos estudios que refieran a esta afectación, que debe ser tomada en cuenta desde el punto de vista psicosocial, ya que las circunstancias negativas por las que atraviesan muchos de estos menores, sin lugar a dudas, generan una incidencia importantes tanto en su comportamiento como en las sociedades de origen y de acogida¹.

El presente artículo tiene el objetivo de presentar los aspectos de mayor relevancia, desde un punto de vista sociodemográfico y descriptivo de los niños y jóvenes migrantes, que se desplazan desde México hacia Estados Unidos para cumplir con el sueño americano. El enfoque está basado en la situación de vulnerabilidad que recae en “los niños porque son seres inocentes, vulnerables y dependientes, siendo necesario el reconocimiento de la insuficiencia de las acciones y los medios que el Estado proporciona para contrarrestar esta situación. En este sentido, es determinante considerar la ineludible responsabilidad que tienen las autoridades de garantizar los derechos humanos, la seguridad de sus ciudadanos, y las condiciones que les permita una vida digna.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La presente es una investigación científica que utiliza el método teórico, a partir del descubrimiento de las relaciones esenciales y las cualidades fundamentales de los factores del proceso migratorio, a través del análisis, síntesis y deducción.

Utilizaremos también el método comparativo, considerada una herramienta de análisis que permite el estudio de los casos o circunstancias en los que la información es insuficiente, lo que no permite la generación de un análisis estadístico.

Para este fin se han tomado como material los datos presentados en torno a proceso migratorio a nivel mundial de fuentes formales primarias y secundarias, utilizando el método descriptivo para el análisis cualitativo del proceso de migración específicamente entre México y Estados Unidos. A través del estado del conocimiento, la incorporación de algunos resultados de investigaciones cualitativas y la revisión de literatura especializada disponible sobre el tema, se ha podido obtener información pertinente para el logro el objetivo del estudio.

Se pretende incorporar la teoría de un nuevo enfoque que promueva el estudio de los menores de edad dentro del proceso migratorio, a objeto de determinar su incidencia tanto en el aspecto psicológico como social, en relación a otras investigaciones o estudios.

¹ Boyden, Jo y Gillian Mann (2005), “Children’s Risk, Resilience, and Coping in Extreme Situations”, en Ungar, Michael (ed.), Handbook for Working with Children and Youth. Pathways to Resilience Across Cultures and Contexts, Thousand Oaks, CA, Sage.

3. RESULTADOS

El Consejo Nacional de Población, ha establecido cifras que indican que alrededor de uno de cada once mexicanos vive actualmente en Estados Unidos. Asimismo se maneja que para el año 2007 había 11.8 millones de mexicanos residentes en el vecino país, lo que representa el 4% de la población total de Estados Unidos y cerca de 30% de la población migrante. Se considera que México es el país con el mayor número de nacionales residentes en Estados Unidos y esa población está fundamentalmente constituida por adultos jóvenes, en edades laborales¹. Por otro lado, la población estadounidense actualmente incluye cerca de 33 millones de individuos nacidos en el extranjero, lo que constituye más de uno de cada diez residentes de Estados Unidos². Hay aproximadamente cinco millones de niños que viven al menos con un padre indocumentado³.

Cabe señalar que muchas personas poseen la doble nacionalidad, mexicana y estadounidense. En Estados Unidos, 21% de los niños tienen un padre nacido en el ex-

tranjero⁴. Al menos 27% de los migrantes en California viven en familias “mixtas”, es decir, con residentes legales e ilegales, y 30% de los niños viven en familias mixtas. En los condados de San Diego e Imperial, cerca de la mitad de los niños de la frontera son parte de una familia migrante⁵. En la actualidad, alrededor de 9.6% de los mexicanos que residen en Estados Unidos tiene menos de 17 años⁶.

De acuerdo a las cifras que publica la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), del 1 de enero al 31 de mayo de 2014, la red consular mexicana proporcionó asistencia a 7 mil 847 menores mexicanos no acompañados procedentes de Estados Unidos en su proceso de repatriación a México⁷.

De esta manera, la migración de niños mexicanos hacia Estados Unidos representó 5.4 por ciento del total de los emigrantes mexicanos a Estados Unidos en 2010⁸. En este contexto, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) calcula que en el Estado de México 4.4 por ciento son niños migrantes de entre 0 y 14

- 1 CONAPO (2008), Migración y salud. Latinos en los Estados Unidos, México, Consejo Nacional de Población, Universidad California.
- 2 Larsen, Luke. J. (2004), “The Foreign Born Population in the United States, 2003”, en Current Population Reports, Washington, DC, U.S. Census Bureau, en: <http://www.census.gov/prod/2004pubs/p20-551.pdf>
- 3 Capps, Randolph, Rosa María Castañeda, Ajay Cjaudry y Robert Santos (2007), Paying the Price: the Impact of Immigration Raids on America's Children, Washington, DC, National Council of La Raza, The Urban Institute.
- 4 FIFCFS (2007), America's Children: Key National Indicators of Well-Being 2007, Washington, DC, Federal Interagency Forum on Child and Family Statistics, U.S. Government Printing Office, en: http://www.childstats.gov/pdf/ac2007/ac_07.pdf
- 5 Children Now (2007), “The Unique Challenges to the WellBeing of California's Border Kids”, en: <http://publications.childrennow.org/assets/pdf/policy/borderkidscount-2007.pdf>
- 6 CONAPO (2008), Migración y salud. Latinos en los Estados Unidos, México, Consejo Nacional de Población, Universidad California.
- 7 SRE, 2014, Niñas, niños y adolescentes no acompañados atendidos por la Red Consular de México en Estados Unidos, disponible en <http://www.sre.gob.mx/proteccionconsular/index.php/estadisticas?id=330>
- 8 INEGI, 2010, Porcentaje de la población migrante internacional por entidad federativa expulsora según grupos de edad, 2010, disponible en <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/Default.aspx?mdemo140&s=est&c=27505>

años de edad, de los cuales la mayoría viaja sólo, lo que supone una situación de mayor vulnerabilidad por el estado de indefensión en que se encuentran, potenciando el riesgo de exposición a situaciones de violación de sus derechos humanos universales.

En el Estado de México no se conocen estudios que traten la migración de niños y de jóvenes, quienes se desplazan ya sea para vivir o trabajar en Estados Unidos u otro

país, pero vale la pena citar lo siguiente:

En relación a los estudios que, aunque son limitados, presentan cifras de la migración de menores mexiquenses a Estados Unidos, encontramos el artículo “Emigrantes indocumentados y deportados residentes en el Estado de México” de María Eugenia Anguiano Téllez, publicado en la revista Papeles de Población en el año 2003, basado en los datos que recoge la encuesta del Proyecto Cañón Zapata .

Tabla 1. Distribución porcentual por grupos de edad según, entidad y región de residencia

Período/ grupo de edad	Estado de México	Centro	Tradicional	Norte	Sureste
1988-1993					
Menos de 18	9.3	6.2	5.2	9.4	6.4
19-30	74.1	76.6	74.0	68.4	76.8
31-40	13.1	13.3	16.4	15.4	14.1
41-50	3.4	3.0	3.4	5.2	2.2
50 o más	0.2	0.9	1.0	1.5	0.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1994-1999					
Menos de 18	4.0	4.4	4.0	5.0	3.4
19-30	68.3	70.0	70.2	73.0	68.7
31-40	22.3	22.1	21.0	17.8	22.4
41-50	4.9	3.0	4.0	3.6	4.7
50 o más	0.5	0.5	0.7	0.6	0.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: ANGUIANO, TÉLLEZ, María Eugenia, 2003, “Emigrantes indocumentados y deportados residentes en el estado de México”, en Papeles de Población, abril-junio, Toluca.

Cabe destacar, que un gran número de las investigaciones realizadas hasta ahora sobre migración de menores mexicanos y mexiquenses, se manifiestan divergencias en cuanto a la unidad de análisis y las edades, a la que se refieren. En relación a los resultados que en ellas se muestra, el enfoque se orienta hacia dos etapas de la infancia: se considera una etapa, que va de los seis a los 11 años de edad y una

segunda etapa que incluye al adolescente, entre los 12 y los 17 años. Esta situación pone de manifiesto la escasez de información que sobre el tema de investigaciones relacionadas con la primera infancia, es decir, la etapa considerada entre los 0 y 5 años, en la cual se hace presente el desarrollo físico, intelectual y afectivo de los niños.

Tabla 2. Niños y Jóvenes migrantes mexiquenses de retorno de Estados Unidos en 200 y 2010

	Grupos de edad	2000	%	2010	%
Niños	0-4 años	2703	2.80	1205	2.38
	5-9 años	2505	2.59	1447	2.86
	10-14 años	3207	3.32	1556	3.08
Adolescentes	15-19 años	28062	29.05	13456	26.63
Jóvenes	20-24 años	35455	36.70	17677	34.98
	25-29 años	24681	25.55	15193	30.06
	Total	96613	100.00	50534	100.0

Fuente: INEGI 2000-2010.

En base a los datos presentados, se deduce que el perfil de jóvenes, adolescentes y niños migrantes mexiquenses, en resumen, se caracteriza por lo siguiente (INEGI):

1. Es considerada una corriente migratoria de niños prácticamente masculina, compuesta de 58 hombres por cada cien migrantes de esa edad. En el caso de los jóvenes, el indicador es mucho más elevado, pues de cada cien migrantes jóvenes 78 son hombres. En este sentido se puede inferir que a medida que aumenta la edad, la migración internacional se vuelve masculina.

La Organización Internacional de Migrantes, OIM establece que un migrante es aquel "individuo que se moviliza o se ha movilizad o a través de una frontera internacional o dentro de un país, es decir, fuera de su lugar habitual de residencia, independientemente de: su situación jurídica; si el desplazamiento es voluntario o

involuntario; las causas de la movilización; o el tiempo de su estancia¹.

Para manejar una idea clara del porqué la migración se ha convertido en un fenómeno mundial, es necesario precisar algunas cifras que denotan el crecimiento y exposición del proceso migratorio. En este sentido, la Organización de Naciones Unidas publicó para el año 2015, un informe donde señala que alrededor de 244 millones de personas, lo que representa aproximadamente el 3% de la población mundial, viven fuera de su país de origen, lo que supone un crecimiento del 41% con respecto al año 2000.

Dentro de estas cifras encontramos aspectos característicos, como lo es el hecho de que existe una paridad entre los migrantes que proceden de países en desarrollo hacia países también en desarrollo, así como los que proceden de países en desarrollo hacia países desarrollados, lo que llevado a escala de nuestro Continente Americano

1 Organización Internacional para las Migraciones, 2016, pág. 1, disponible en: <https://www.iom.int/es/quien-es-un-migrante>

muestra, una clara relación en la realidad de migrantes Sur-Sur y Sur-Norte. Otro elemento a destacar, es la estimación de que cerca de la mitad de los migrantes alrededor del mundo, son mujeres.

Asimismo las cifras de la ONU, nos dejan ver, que entre los países que tradicionalmente han acogido más migrantes internacionales, en especial desde el año 2013 en adelante, podemos nombrar a Estados Unidos de América, Rusia, Alemania, Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos y el Reino Unido, Francia, Canadá, Australia y España, en ese orden.

Por otra parte, India es el país con el mayor éxodo, 16 millones de personas, y México ocupa el segundo lugar, con 12 millones de nacionales viviendo fuera¹.

Durante los últimos años, las restricciones para cruzar la frontera han prolongado por períodos cada vez más extensos el reencuentro entre padres migrantes que residen en Estados Unidos y sus hijos que permanecen del lado mexicano al cuidado de miembros de la familia extensa. Esta es una situación difícil para muchos de los niños y adolescentes, principalmente en aspectos emocionales.

Cabe señalar que resultan agravantes de esta creciente situación, la falta información y conocimiento acerca de las consecuencias psicológicas y sociales que tiene

la migración en los menores y sus familias, tomando en consideración las distintas fases del proceso migratorio. Estados Unidos mantiene políticas contradictorias que suponen una apertura comercial y sin embargo establece parámetros y lineamientos muy duros que pretenden frenar el flujo de mexicanos a ese país, lo cual trae como consecuencia un número importante de deportaciones y de aprehensiones que muchas veces vulneran los derechos humanos y universales².

Esta contradicción originada por una política comercial y migratoria distintas, tiene como consecuencia la reducción de la tasa de retorno, por lo que muchas familias de origen mexicano, ven bloqueada la posibilidad de reencontrar a sus parientes en México.

Tabla 3. Niños, niñas y adolescentes mexicanos repatriados desde Estados Unidos (2006)

Niños y adolescentes mexicanos	No.
Sexo masculino	27.947
Sexo femenino	9.652
Total	37.599

Fuente: Instituto Nacional de Migración de México.

Estos datos recogidos por el Instituto Nacional, denotan un número importante de niños y adolescentes mexicanos repatriados o deportados desde los Estados Unidos. La migración de niños, niñas y adolescentes (NNA) es un fenómeno mundial y creciente, donde México no es una ex-

1 OECD. La Migración Mundial en Cifras. 2013. New York.

2 Massey, Douglas S. (2005), Backfire at the Border: Why Enforcement Without Legislation Cannot Stop Illegal Immigration, Washington, DC, Center for Trade Policy Studies, The Cato Institute, en: <http://www.free-trade.org/pubs/pas/tpa-029.pdf>

cepción. El número de menores migrantes detenidos por autoridades migratorias estadounidenses y mexicanas se multiplicó por 13 y por cuatro, respectivamente, entre 2011 y 2014¹.

Los avances normativos en México en materia de protección de los derechos del niño, de haber elevado el principio del Interés Superior del Niño a rango constitucional, de la promulgación de nueva legislación migratoria que consagra estos derechos para la niñez migrante (2011) y de la promulgación de la Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes (2014), las prácticas institucionales en la detención, aseguramiento y repatriación de menores de edad continúan inalteradas en lo fundamental².

De acuerdo a datos de la UNICEF (2008), los niños y niñas que deciden cruzar la frontera sin compañía pueden sufrir graves violaciones a su integridad física y a sus derechos humanos. Los niños migrantes pueden sufrir accidentes (asfixia, deshidratación, heridas), ser enganchados a redes del crimen organizado, ser sometidos a explotación sexual o laboral, sufrir maltrato institucional en el momento de la repatriación o perder la vida en el momento del tránsito y cruce, entre muchas otras cosas. Estos niños se encuentran en un estado permanente de violación de derechos, ya que, además de los riesgos que enfrentan, interrumpen sus estudios regulares, lo cual

frena sus posibilidades de desarrollo y, por supuesto, no disfrutan de derechos básicos, como el derecho a la alimentación, a la salud y a vivir en familia, entre otros.

4. DISCUSIÓN

El gran reto a nivel mundial, es el reconocimiento de los factores positivos del fenómeno migratorio, dejando de lado visiones polarizadas y medidas individualistas, que permitan el aprovechamiento de las oportunidades y minimicen las amenazas que en efecto enmarcan un proceso de esta magnitud.

Los datos muestran la migración de niños y jóvenes mexicanos los cuales se desplazan hacia los Estados Unidos. También es notorio que hay una incidencia mayor de niños varones, sin embargo, de acuerdo a estos datos, también se incrementa la migración de las niñas y se puede apreciar la presencia cada vez más importante de menores que provienen de zonas urbanas.

Los derechos humanos de los migrantes, se han convertido en un problema real, dada la creciente intolerancia, polarización y discriminación, en este sentido se debe reconocer el valor de cada persona y capitalizar su contribución al bienestar social en cualquiera de los espacios en donde éste se desarrolla.

Los datos estadísticos, también indican un incremento de migrantes jóvenes y niños,

1 Paris M., Zenteno R.. Detención y devolución de niños, niñas y adolescentes (NNA) migrantes no acompañados. El colegio de la Frontera Norte. 2015.Tijuana Baja California México.

2 Ibidem.

que provienen de zonas indígenas, lo cual representa un alerta por tratarse de personas en especial estado de vulnerabilidad por motivos étnicos.

Es de hacer notar que de las muestras censales de la población estudiada se puede identificar de forma estadística el proceso migratorio de niños y jóvenes.

5. CONCLUSIONES:

La población de hombres jóvenes son un grupo muy vulnerable, con altos riesgos tanto en el aspecto físico, en lo que respecta al proceso del cruce de la frontera, como a violaciones a sus derechos humanos fundamentales. Las pocas o nulas alternativas, en el aspecto laboral, o educativo en su país de origen, los motiva hacia el desplazamiento, lo cual se hace más recurrente cuando han vivido varios años en el norte, por lo cual no se resignan a quedarse en México. Estas frustraciones inciden en el intento reiterado por cruzar la frontera, sabiendo que pueden ser encarcelados.

La seguridad en las fronteras se ha hecho más estricta y el número de inmigrantes indocumentados se ha mantenido prácticamente estable en los últimos años. Sin embargo, funcionarios estadounidenses afirman que mantener la cifra actual ya supone una carga pesada. El Departamento de Seguridad Interior afirma que el número de detenciones entre los que cruzan la fronteras, "ha consumido significativamente los recursos del departamento de Segu-

ridad Interior".

Hay muchas violaciones a derechos humanos de los migrantes sean jóvenes o niños mexicanos o de cualquier nacionalidad, en particular porque hay agresiones físicas, verbales, y del decomiso de pertenencias. Indiscutiblemente la exposición y la vulnerabilidad de los jóvenes potencia el riesgo al tratar de desplazarse hasta llegar a Estados Unidos.

Una situación distinta, ocurre en el caso de las mujeres menores de edad, quienes cruzan muy poco porque sus familiares ejercen más presión por su condición de mujeres. En este caso suelen endeudarse para conseguir dinero y así lograr el cruce de la frontera de forma más segura. Sin embargo, es de hacer notar que un gran número de mujeres jóvenes y adultas están dispuestas a correr grandes riesgos con tal de reunificarse con sus hijos y a poder sobrevivir en otro país que les brinda fuentes de trabajo.

El cambio, la innovación de medios de cruce indocumentado frecuente por las rutas migratorias y la disminución de la migración de menores de edad, son algunas de tantas formas de respuesta y adaptación a la situación cada vez más violenta y riesgosa de la frontera entre México y Estados Unidos.

AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero agradecer a Dios por bendecirme siempre y a todos mis maestros ya que ellos me enseñaron a valorar

a superarme en mis los estudios a mis padres porque ellos estuvieron en los días más difíciles de mi vida apoyándome siempre en cada paso que logro.

Estoy seguro que mis metas planteadas darán fruto en el futuro y por ende me debo esforzar cada día agradecer a mis compañeros y al I Congreso Internacional de Innovación Y Emprendimiento (INNOVAEC) 2018 realizado por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

CONFLICTO DE INTERESES

No existen intereses particulares por parte de los autores, de la entidad científica o financiadora que pudiesen afectar directa o indirectamente a los resultados obtenidos.

REFERENCIAS.

Jorge O., Bernardino M., Juan, G.. Migración de jóvenes, adolescentes y niños mexicanos a Estados Unidos: una lectura sociodemográfica.2014. Universidad Autónoma del Estado de México.

2-3 OECD. La Migración Mundial en Cifras. 2013. New York.

4 Martínez J., América Latina y el Caribe: migración internacional, derechos humanos y desarrollo. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). 2008, Santiago de Chile.

5 Martínez J., América Latina y el Caribe: migración internacional, derechos humanos y desarrollo. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). 2008, Santiago de Chile.

6 AGUILAR, R., Migración de menores de edad Estados Unidos-México en el periodo 2000-

2010 ¿retornados o inmigrantes?, 2012. disponible en www.somede.org/xireunion/ponencias/Migracion%20internacional/81

7 Aruj, R. (marzo de 2018). SCIELO. Recuperado el 10 de julio de 2018, de Causas, consecuencias, efectos e impacto de las migraciones en Latinoamérica: <http://www.scielo.org.mx>

8 Villa, Miguel y Martínez, Jorge (2001), "Tendencias y patrones de la migración internacional en América Latina y el Caribe", La migración internacional y el desarrollo en las Américas, Simposio sobre migración internacional en las Américas. San José, Costa Rica, setiembre de 2000, serie Seminarios y conferencias, N° 15 (LC/L.1632-P), Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.01.II.G.170.

9 Jorge O., Bernardino M., Juan, G.. Migración de jóvenes, adolescentes y niños mexicanos a Estados Unidos: una lectura sociodemográfica.2014. Universidad Autónoma del Estado de México.

10 Mancillas, Celia, 2009, "Migración de menores mexicanos a Estados Unidos, en El estado de la migración", en Las políticas públicas ante los retos de la migración mexicana a Estados Unidos, disponible en www.conapo.gob.mx/.../politicaspublicas/COMPLETO.pdf

11 Boyden, Jo y Gillian Mann (2005), "Children's Risk, Resilience, and Coping in Extreme Situations", en Ungar, Michael (ed.), Handbook for Working with Children and Youth. Pathways to Resilience Across Cultures and Contexts, Thousand Oaks, CA, Sage.

12 CONAPO (2008), Migración y salud. Latinos en los Estados Unidos, México, Consejo Nacional de Población, Universidad California.

3 Larsen, Luke. J. (2004), "The Foreign Born Population in the United States, 2003", en Cu-

- urrent Population Reports, Washington, DC, U.S. Census Bureau, en: <http://www.census.gov/prod/2004pubs/p20-551.pdf>
- 4 Capps, Randolph, Rosa María Castañeda, Ajay Cjaudry y Robert Santos (2007), *Paying the Price: the Impact of Immigration Raids on America's Children*, Washington, DC, National Council of La Raza, The Urban Institute.
- 5 FIFCFS (2007), *America's Children: Key National Indicators of Well-Being 2007*, Washington, DC, Federal Interagency Forum on Child and Family Statistics, U.S. Government Printing Office, en: http://www.childstats.gov/pdf/ac2007/ac_07.pdf
- 6 Children Now (2007), "The Unique Challenges to the WellBeing of California's Border Kids", en: <http://publications.childrennow.org/assets/pdf/policy/borderkidscount-2007.pdf>
- 7 CONAPO (2008), *Migración y salud. Latinos en los Estados Unidos, México*, Consejo Nacional de Población, Universidad California.
- 8 SRE, 2014, *Niñas, niños y adolescentes no acompañados atendidos por la Red Consular de México en Estados Unidos*, disponible en <http://www.sre.gob.mx/proteccionconsular/index.php/estadisticas?id=330>
- 9INEGI, 2010, *Porcentaje de la población migrante internacional por entidad federativa expulsora según grupos de edad, 2010*, disponible en <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/Default.aspx?t=mdemo140&s=est&c=27505>
- 20 Organización Internacional para las Migraciones, 2016, pág. 1, disponible en: <https://www.iom.int/es/quien-es-un-migrante>
- 21 OECD. *La Migración Mundial en Cifras*. 2013. New York.
- 22 Massey, Douglas S. (2005), *Backfire at the Border: Why Enforcement Without Legislation Cannot Stop Illegal Immigration*, Washington, DC, Center for Trade Policy Studies, The Cato Institute, en: <http://www.freetrade.org/pubs/pas/tpa-029.pdf>
- 23 Paris M., Zenteno R.. *Detención y devolución de niños, niñas y adolescentes (NNA) migrantes no acompañados*. El colegio de la Frontera Norte. 2015.Tijuana Baja California México.
- 24 Ibidem.

Android application for home delivery service for ESPOCH students

Aplicación Android para servicio de comida a domicilio para estudiantes de la ESPOCH.

AUTOR: G L, Haro Sosa*¹, R B, Paredes Guerrero¹, E M, Chávez García², M V, Albarrasin Reinoso³, E B, Velastegui Carrasco⁴

1. Escuela de Gastronomía, Facultad de Salud Pública, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Panamericana Sur Km ½, Riobamba.
2. Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela de Gestión Empresarial, Universidad Estatal de Bolívar, Guaranda, Ecuador.
3. Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Marketing, Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador.
4. Instituto Tecnológico Superior Riobamba, Riobamba, Ecuador

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo el desarrollo de una aplicación móvil para teléfonos inteligentes, que funcionen bajo la plataforma Android. Esta se distribuirá por medio del sitio oficial de Google Play. Dicha aplicación servirá como canal de comunicación entre la empresa y el cliente. El emprendimiento brindara el servicio de comida a domicilio para los usuarios registrados los cuales serán estudiantes de la ESPOCH. Mediante esta aplicación se pretende optimizar rutas disminuyendo costos y el tiempo de entrega de pedidos además de brindar al usuario una forma cómoda e interactiva de solicitar alimentación directamente a su lugar de domicilio.

RESUMEN

The objective of this work is to develop a mobile application for smartphones, which work under the Android platform. This will be distributed through the official Google Play site. This application will serve as a communication channel between the company and the client. The enterprise will provide home delivery service for registered users who will be ESPOCH students. Through this application, it is intended to optimize routes by decreasing costs and order delivery time, in addition to providing the user with a convenient and interactive way to request food directly to their place of residence.

Palabras claves:

Innovación, Aplicaciones móviles, marketing, emprendimiento

Keywords:

Innovation, mobile applications, marketing, entrepreneurship

1. Introducción

Las tecnologías de la comunicación están en constante evolución, lo que le permite al ser humano sistematizar prácticamente cualquier actividad facilitando su desarrollo. Entre las herramientas actuales que ofrecen las TIC, están las aplicaciones para teléfonos inteligentes mediante el uso de lenguajes de programación cada vez más intuitivos y menos complicados de utilizar. (1)

Actualmente se vive una era tecnológica lo cual ha permitido que los dispositivos móviles brinden cada vez más prestaciones y estén al alcance de cualquier persona, gracias a su gran demanda, esto ha abierto la puerta a los desarrolladores tanto corporativos como independientes de ofrecer al público un sinnúmero de aplicaciones prácticamente aplicadas a todas las actividades que desarrollamos en la vida cotidiana. Actualmente muchas compañías no solo extranjeras sino también nacionales han visto la oportunidad de sacar ventaja de la tecnología y ganar nichos de mercado desarrollando sus propias aplicaciones. Dichas aplicaciones se desarrollan precisamente para ofertar productos o servicios responder preguntas o simplemente conversar con los clientes. Android es la plataforma adecuada para este proyecto, pues es el sistema operativo que predomina en el teléfono inteligente actual.

Cada vez se ve con más frecuencia en las cercanías de las universidades kioscos con alimentos poco saludables, o locales

en donde la comida chatarra se vende en grandes cantidades. La dificultad de la carga académica y la falta de flexibilidad de los horarios obliga a los estudiantes a buscar la opción más fácil que no siempre es la más económica ni mucho menos la más saludable.

En la Epoch un gran número de estudiantes especialmente de otras provincias no tienen el tiempo de preparar sus alimentos, por lo cual deben acudir a restaurantes o salones de comida aledaños para alimentarse, el costo va de acuerdo al servicio y a la variedad de los platos que consumen encareciéndolos además de la inversión de tiempo que hacen en movilizarse a dichos establecimientos.

El desarrollo de una aplicación móvil para teléfonos inteligentes beneficiará a los estudiantes de la ESPOCH, mediante esta se podrá realizar la transacción de manera rápida y ágil evitando llamadas telefónicas pedidos de identificación o ubicación, recepción errónea de pedido o inconformidad respecto al producto seleccionado.

Con la implementación de la aplicación móvil para teléfonos inteligentes se verán reflejados los beneficios que brindan los avances tecnológicos actualmente y cómo pueden contribuir estos en el desarrollo del negocio, pues la aplicación proporcionará información actualizada que ayudará a promocionar, comercializar menús variados y agilizar la realización del pedido a domicilio, contribuyendo así con el desarrollo tecnológico del negocio, facilitando la

recepción de pedidos para los empleados y mejorando el servicio a los usuarios (estudiantes).

Los objetivos que se persiguen con la investigación es desarrollar una aplicación Android que permita hacer pedidos de comida a través de la WEB, para los estudiantes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, investigando sobre el desarrollo y funcionamiento de las aplicaciones web para teléfonos inteligentes, el mismo que será analizado mediante encuestas a los estudiantes sobre la factibilidad del negocio para cuantificar la recepción del usuario final y definir los requerimientos funcionales para el desarrollo de la aplicación Web para teléfonos inteligentes, evaluando los posibles beneficios de la aplicación respecto a la situación actual mediante indicadores de tiempo, calidad y eficiencia.

En la actualidad las aplicaciones móviles, se consideran una herramienta más de marketing, innovadora y que puede ser desarrollada acorde a los requerimientos que se especifiquen, brindando una estrategia más para la comercialización del negocio, motivo por el cual muchas empresas adoptan además de los sitios web, aplicaciones móviles. Una de las empresas que ha migrado a las aplicaciones móviles es KFC que lanzó una aplicación móvil para que sus clientes soliciten y compren sus productos antes de llegar a la fila y enviar una notificación de aviso cuando estén en el restaurante. (2)

1.1. Antecedentes legales

La ley de comercio electrónico restringe la venta de productos o servicios mediante la ley que señala:

“El uso de sistemas de información y de redes electrónicas, incluida la Internet ha adquirido importancia para el desarrollo del comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector privado que a través del servicio de redes electrónicas, incluida la Internet se establecen relaciones económicas y de comercio, y se realizan actos y contratos de carácter civil y mercantil que es necesario normarlos, regularlos y controlarlos, mediante la expedición de una Ley especializada sobre la materia.” (3)

1.2. Dispositivos Móviles

Un dispositivo móvil (DM) es el equipo que está libre de cableado. Se caracteriza en general, por su reducido tamaño, el cual favorece su movilidad. Posee una gran capacidad de comunicación, la que permite tener acceso a información y servicios independientemente del lugar y el momento en el que nos encontremos. (4)

También se puede definir como un aparato de tamaño pequeño, con características como: capacidad de procesamiento, conexión permanente o intermitente a una red, memoria limitada, diseño específico para una función, pero que puede llevar a cabo otras funciones, uso individual. (5)

1.3. Aplicaciones Móviles

También llamadas App están presentes en los teléfonos desde hace tiempo; de hecho, ya estaban incluidos en los sistemas operativos de Nokia o BlackBerry años atrás. Los móviles de esa época, contaban con pantallas reducidas y muchas veces no táctiles, y son los que ahora llamamos feature phones, en contraposición a los smartphone, más actuales. (6)

Es un software se instala en un dispositivo móvil de gama alta ya sea teléfono o tableta y se puede integrar a las características del equipo, ampliando sus funciones. Se pueden ejecutar con o sin conexión a internet. (7)

1.4. Web Móvil

Cuando se habla de Web Móvil se hace referencia a la Web que se consulta desde los ordenadores de escritorio o portátiles, el único elemento que hace la diferencia es el equipo empleado (8). Algunos autores prefieren definir la Web móvil no desde el punto de vista del equipo, sino del contexto de movilidad en clara referencia al usuario quiere decir que el usuario puede acceder a la información desde cualquier lugar, independientemente del dispositivo que use.

Diferencia entre Aplicaciones y Web Móviles

Las aplicaciones comparten la pantalla del teléfono con las webs móviles, las apps tienen que ser descargadas e instaladas antes de usar, una web puede accederse

usando Internet y un navegador; sin embargo, no todas pueden verse correctamente desde una pantalla generalmente más pequeña que la de un ordenador de escritorio. (9)

La Web que se adapta a todos los tamaños de pantallas posibles de forma dinámica de un dispositivo se llaman «webs responsivas» y son ejemplo del diseño líquido, ya que se puede pensar en ellas como un contenido que toma la forma del contenedor, mostrando la información según sea necesario. Así, columnas enteras, bloques de texto y gráficos de una web, pueden acomodarse en el espacio de una manera diferente o incluso desaparecer según el dispositivo.

1.5. Tipos de Aplicación móvil

1.5.1. Aplicaciones Nativas

Son las que se desarrollan de forma específica para un sistema operativo determinado al que se conoce como software development kit o SDK. (10). Cada plataforma tiene un sistema operativo diferente. Los más conocidos son iOS y Android. También existen otros como Windows Phone. Si se desea que la aplicación llegue a todos los usuarios, se debe pensar en crear una App para cada uno de los sistemas operativos. Hay que tener claro que cada sistema utiliza un lenguaje determinado. Para que la aplicación sea exitosa, tu desarrollo tiene que ser nativo. Cuando hablamos del lenguaje de sistema operativo, hacemos referencia a que:

Las Apps para Android se desarrollan en Java.

Las Apps para iOS se desarrollan en lenguaje Swift.

Las Apps para Windows Phone antes se desarrollaban en .Net; ahora en C++ y Javascript.

La descarga o instalación de las aplicaciones nativas se realiza desde las diferentes apps stores de cada dispositivo. Es importante señalar que las apps nativas no necesitan una conexión a internet para su funcionamiento.

Además, tiene una gran ventaja respecto a los otros dos tipos de App. Las aplicaciones nativas están capacitadas para adaptarse al 100% a las funcionalidades del móvil y acceder a la mayoría de características hardware de este: cámara, agenda, gps.

Dos claros ejemplos de las Apps Nativas más utilizadas, se encuentran en la mayoría de los dispositivos. Es complicado que un usuario no disponga de whatsapp o Facebook en su móvil o tablet. (11)

El mayor inconveniente que podemos encontrar en el desarrollo de una aplicación nativa es que tiene un coste más elevado. Hay que tener en cuenta que se debe realizar una aplicación para cada sistema operativo. Eso hace que su precio se multiplique, dependiendo de los sistemas a los que queramos adaptar nuestra app.

1.5.2. Web Apps o aplicación web

El desarrollo de la aplicación está pensado para poder ejecutarla en cualquier dispositi-

tivo o navegador. Por tanto, la aplicación estará programada con independencia del sistema operativo. A diferencia de la App Nativa, con una sola aplicación web llegaremos a los diferentes dispositivos.

La Web Apps utiliza lenguajes muy conocidos entre los programadores como: HTML y CSS. Se ejecutan dentro del propio navegador web del dispositivo a través de una URL. Una vez que deseas utilizarla, la propia aplicación se adaptará al dispositivo que estás usando.

No necesitan instalación, por lo que no siempre las encontrará en los stores. Simplemente con crear un acceso directo, serviría para usar dicha web app. Dos claros ejemplos son los accesos directos a Safari en iOS o Google Chrome en Android.

Tiene una importante ventaja respecto a la App Nativa, su precio es más económico. Eso no significa garantía de éxito. Cuenta también con inconvenientes como la restricción en el acceso a ciertas características del dispositivo o la obligación de tener conexión a internet para su utilización. (12)

1.5.3. Apps Interpretadas

Es un híbrido entre los dos tipos de aplicaciones. Se encarga de combinar lo mejor de la App Nativas y la Web Apps. Se desarrollan en los lenguajes más comunes de las aplicaciones web como HTML y CSS, por lo que se podrán utilizar en las diferentes plataformas. A la vez, dan la posibilidad de acceder a la mayoría de características hardware de cada dispositivo. (13)

A pesar de estar desarrolladas en el lenguaje de la Web Apps, tienen la misma capacidad de adaptación de una App Nativa para cualquier smartphone, tablet o dispositivo. Su desarrollo es rápido y facilita el acceso a las diferentes plataformas con un esfuerzo mucho menor.

Se puede instalar desde la App store. Sobre su coste, indicar que es más económica que la App Nativas. Mientras que su utilización reporta una mejor experiencia que una Web Apps.

Además, es importante identificar los términos básicos;

Apps Storage: Tienda de Aplicaciones.

APP: Aplicación orientada a teléfonos móviles.

HTTP: Protocolo de Transferencia de Hipertexto.

PHP: Hypertext Preprocessor.

HTML: lenguaje de Marcas de Hipertexto.

CSS: Hoja de Estilo en Cascada.

2. Materiales y Métodos

La metodología a utilizarse es el método deductivo que parte de un principio general previamente establecido para aplicarlo en casos individuales, para obtener una conclusión y comprobar su validez se debe realizar su aplicación, comprobación y demostración. Entre las técnicas e instrumentos de investigación a emplear son:

Encuesta: La encuesta será dirigida a los estudiantes de la ESPOCH, para conocer sus opiniones, esta investigación se efectúa en base a la vida cotidiana, hábitos alimenticios y horarios de almuerzo, realizando preguntas formuladas por escrito con la finalidad de conocer las actitudes y acciones. (14)

La muestra se basará al muestreo probabilístico por conglomerados que se utiliza cuando existe un grupo representativo de una población a la cual se le aplica una selección aleatoria.

Observación: Permitirá obtener información directa sin modificación orientada a un objetivo, a través de la observación se podrá ir percibiendo formas de conductas, que en varias ocasiones muchas de ellas no son relevantes.

La población y muestra, en la investigación no analizo el universo, se tomó una muestra representativa para realizar la indagación, del total de los estudiantes de la ESPOCH que será la población a considerar, siendo una población finita aproximadamente 18.200 estudiantes matriculados en el segundo término periodo 2017 se enfocó a esta muestra debido a que el centro de estudio es la mayor fuerza de venta del negocio. (15)

El método empleado fue tomado como base las poblaciones antes identificadas y los datos que a continuación se muestran:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2} \quad (16)$$

Dónde para el sector del comercio al por mayor y al por menor sería:

n: el tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población .

σ : Desviación estándar de la población = 0,5.

Z: niveles de confianza = 1.96.

e: Límite aceptable de error de la muestra = 0.05.

Muestra = 164 con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 99%

3. Resultados y Discusión

El 90% de los encuestados piensan que el tiempo que invierten el comprar alimentos preparados es demasiado, esto se debe a que existen varios restaurants cerca del campo de estudio y demasiados estudiantes comprando, además de la falta de espacios para sentarse.

El 99% de las personas encuestadas les gustaría que exista una manera de pedir comida a su casa que no sea yendo personalmente. De la muestra seleccionada 4 personas no están de acuerdo.

El 90% de la población afirma que si existiera una aplicación web para el pedido de comida a la puerta la usaría, esto se debe al excesivo tiempo que invierten los estudiantes cuando compran en un restaurant.

La mayoría de la población piensa que los alimentos que consume no contienen ningún tipo de nutriente, esto se debe principalmente a la percepción del exceso de grasas y carbohidratos.

Más del 50% de los estudiantes encuestados consume con frecuencia alimentos en la calle, y se debe en la mayoría de los casos al factor tiempo que es limitado y los horarios de clase poco flexibles.

El 91% de estudiantes encuestados está de acuerdo en que los alimentos que consumen deberían tener cierto contenido nutritivo.

El 70% de estudiantes encuestados afirma que el motivo por el cual come fuera de casa es principalmente la falta de tiempo de preparar o servirse algo en casa, el 17% en cambio no comparte el gusto por la cocina por tanto busca otras opciones y el 9% sale simplemente por entretenimiento.

En el estudio realizado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, se presentó el tema aplicación destinada a realizar pedidos de comida y bebidas a diferentes restaurantes con la hora programada en la que deseen que esté listo su pedido por medio del uso de dispositivos móviles y/o tablets de fácil descarga permitirá que las personas que la usen logren realizar pedidos de diversos restaurantes y programar la hora en la que deseen que esté listo su pedido, el usuario de esta aplicación podrá seleccionar el tipo de comida que desee y el app mostrará los restaurantes que se encuentren disponibles para programar sus pedidos, a su vez la app indicará a los usuarios cuales restaurantes ofrecen el servicio de delivery, si es que se desea que el pedido llegue al centro de trabajo. (17).

1. Previo al desarrollo de una APP Web investigar sobre las plataformas que aceptan dicha aplicación.
2. Promocionar el servicio tiempo antes de lanzarlo a una tienda online
3. Antes de desarrollar una aplicación web es necesario hacer un estudio de lo que el cliente quiere.

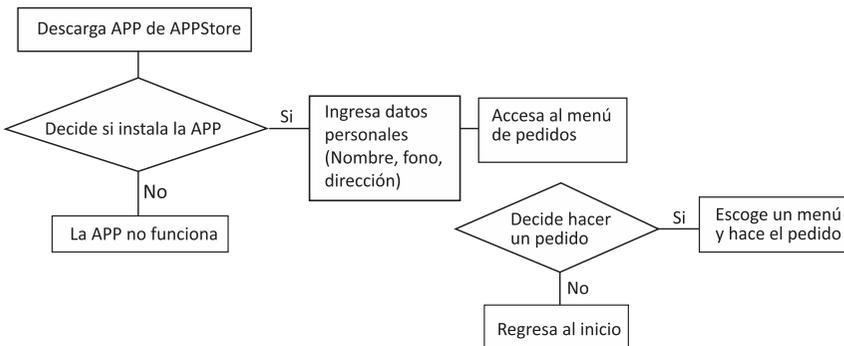
Una vez desarrollada la aplicación se recomienda contratar personal calificado para su manejo con la finalidad de ejercer un mejor control y análisis de la mismas además de posteriores actualizaciones.

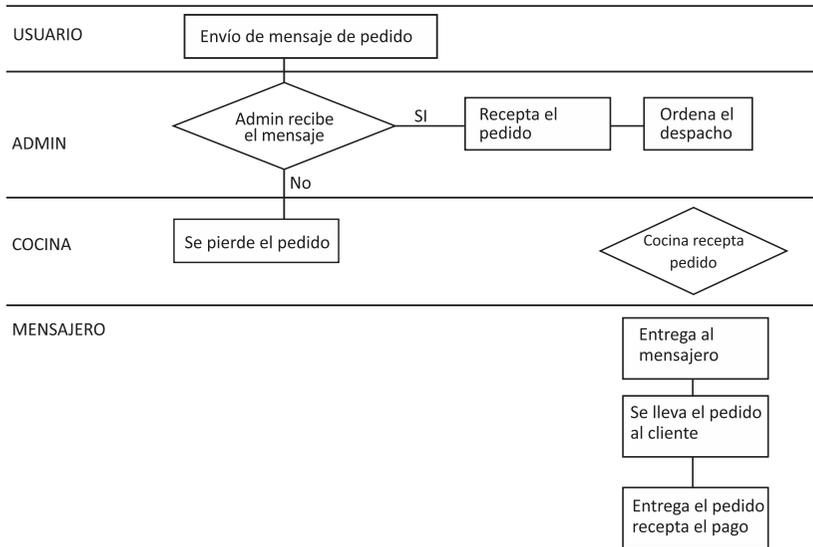
El desarrollo de la aplicación web para teléfonos inteligentes “Food services”, nace con la idea de ofrecer a los estudiantes de la ESPOCH, una alternativa rápida y ágil para solicitar comida directamente a su casa a partir de un menú interactivo que le ofrecerá diariamente diversas opciones de comida, la información presentada será de fácil manejo.

El alcance de esta propuesta implica el análisis y el diseño de la APP, es la Aplicación web para teléfonos inteligentes “Food Services”. La aplicación funcionara en los smartphone con el sistema operativo Android 2.0 en adelante y necesitara de conexión a internet o uso de datos móviles en cualquier operadora para su funcionamiento. Se escoge Android debido a la popularidad en los teléfonos móviles. Los dispositivos Android son los más dominantes, ocupando un 86.2% de la cuota de mercado, seguido por Apple con un 12.9% y con Microsoft con un 0.6%

Es necesario conocer la factibilidad de la aplicación, para ello se han analizado los siguientes aspectos: el diagrama de procesos, descripción de los procesos, identificación de requerimientos y análisis del sistema.

Diagramas de proceso





Creación de cuenta

La aplicación debe realizar diversos procesos como:

a) El usuario puede descargar la aplicación y realizar el respectivo registro en el sistema con:

- Nombre.
- Dirección.
- Teléfono.
- Correo electrónico.

La aplicación, con una interfaz minimalista al usuario mostrará la información actualizada del menú diario, los productos disponibles que pueden ir siendo agregados a lista de pedidos, consulta de categorías, consultas de productos, además se podrá visualizar la lista de pedidos para verificarla antes de enviarla. En la interfaz de la lista de pedidos se podrán realizar los

siguientes procesos:

- Aumentar la cantidad de productos.
- Disminuir la cantidad de productos.
- Eliminar productos de lista.
- Ingreso de la dirección del pedido.

Registro de datos: El usuario deberá registrar los datos requeridos para que pueda tener acceso a la aplicación.

Ingreso a la aplicación: Para que pueda acceder a la aplicación debe haber realizado su registro e ingresar con el e-mail y contraseña.

Mostrar lista de productos: Los productos deben cargarse en la aplicación, los mismos que deben estar actualizados
 Mostrar información del negocio: La aplicación móvil debe mostrar la información del negocio como: dirección, teléfono, e-mail, etc.

Consultas: Deben realizarse consultas

por categorías y productos, evitando de esta forma que el usuario recorra la lista para encontrar un producto.

Lista de pedidos: Interfaz de la lista de pedidos que debe brindar la facilidad al usuario de disminuir y aumentar la cantidad del producto como también eliminar un producto de la lista.

Transacciones de pedidos: Teniendo la lista de pedidos se debe ingresar la dirección del mismo, en caso de que la lista este vacía o no cuente con la dirección no permitirá hacer el envío.

Verificar el estado del pedido: El usuario podrá conocer el estado en el que se encuentre los pedidos del día, sea pendiente o atendido.

Interfaz amigable al usuario: El diseño de la aplicación debe ser sencilla y descifrable que permita la iteración entre la aplicación y el usuario y evitar inconvenientes al hacer uso de la aplicación.

Base de datos: Se debe contar con una base de datos que contenga almacenados que serán administrados desde el sistema de gestión.

4. Conclusiones

Las aplicaciones WEB permiten la comunicación en tiempo real entre el usuario y el administrador, permitiendo agilizar los procesos que se realicen entre estos

La implementación de la tecnología en nuestras actividades diarias, en este caso nuestra actividad de comercio permite al-

canzar un nicho más grande de mercado y sobre todo optimiza la segmentación del mismo.

El éxito de una aplicación depende de la manejabilidad de la interface de usuario, esto se corrobora en los análisis de APPS que contiene la tienda APPStore, donde las aplicaciones más exitosas son las más sencillas de utilizar.

Agradecimientos: Los autores agradecen a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo para la realización del presente trabajo de investigación.

Conflicto de interés: No existe conflicto de intereses por parte de los autores en la presentación del presente trabajo investigativo.

5. Referencias

1. Martínez Hernández LM, Ceceñas Torrero PE, Martínez Leyva DE. ¿Qué son las Tic's? México: Red Durango de Investigadores Educativos, A. C.; 2014.
2. Lima E. Tecnocatweb. [Online]; 2018. Disponible en: <https://tecnocatweb.com/noticias/que-tipo-de-redes-moviles-existen-en-la-actualidad/>.
3. Valera Cruz AP. Comunidad de Comercio Exterior. [Online]; 2015. Acceso 11 de Noviembre de 2018. Disponible en: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/m/blogpost?id=2927438%3A-BlogPost%3A276494>.
4. Ramírez AR. Dispositivos Móviles. [Online]; 2013. Disponible en: <https://arielrodrigoreyes.wordpress.com/que-es-un-dispositivo-movil/>.

5. Tardáguila Moro. Dispositivos Móviles; 2009.
6. Garrido Cobo J. Desarrollo de Aplicaciones Móviles. [Online].; 2013.. Disponible en: <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/18528/6/jugarridocoTFC0113memoria.pdf>.
7. Apps LBd. Guía de apps. [Online].; 2015.. Disponible en: <https://mmaspain.com/wp-content/uploads/2015/09/Libro-Blanco-Apps.pdf>.
8. Kroski E. On the move with the mobile Web: libraries and mobile. Library technology reports. 2008; 44(5).
9. Móviles LBdIW. Libro Blanco de las Webs Móviles Madrid; 2015.
10. Picurelli L. YeePLY. [Online]; 2017. Acceso 11 de Noviembre de 2018. Disponible en: <https://www.yeePLY.com/blog/tipos-de-app-y-para-que-sirven/>.
11. América EUd. El desarrollo de aplicaciones móviles nativas Somers, NY 10589 ; 2012.
12. Navarra Gd. Acércate a las TIC Navarra; 2013.
13. Arroyo-Vázquez N. Web móvil y bibliotecas. El profesional de la información. 2009;; p. 129-136.
14. López-Roldán P, Fachelli P. Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. 129382nd ed. Barcelona; 2015.
15. Hernández-Sampier R, Fernández-Collado C, Baptista-Lucio P. Selección de la muestra. En Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill; 2014. p. 170-191.
16. Suarez Ibujés O. <http://repositorio.utn.edu.ec/>. [Online].; 2011.. Disponible en: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/765>.
17. Jara Vasquez HJ, Angulo Hernández SE, Gutiérrez Rivera EP. Desarrollo Emprendedor. Lima.
18. Ramos A. Aplicaciones WEB Madrid: Paraninfo; 2014.
19. Guillen E. Marketing WEB Madrid: Ediciones eni.com; 2013.
20. Jose A. Android Programacion de dispositivos móviles Cataluña: Marcombo; 2012.

UNITED FOR HARMONIC
SUSTAINABLE
DEVELOPMENT

UNIDOS PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE ARMÓNICO (UDSA)

AUTOR: Iveth K. Gutiérrez Broncano (1), Mayra J. Velasco Velasco (2), Bryan J. Lombeida Armijos (3)

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo - ESPOCH

1. Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Administración de Empresas.
2. Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Administración de Empresas.
3. Escuela de Ciencias, Escuela de Ciencias Químicas, Facultad de Ciencias.

RESUMEN

Unidos para el Desarrollo Sustentable Armónico puede convertirse en uno de los centros con mayor biodiversidad que puede resultar en los sistemas más desarrollados en la actualidad, también se considera que los sistemas agrícolas que están siendo estudiado para enfrentar estos efectos climáticos, los investigadores están recurriendo a las prácticas ancestrales como colecciones de tipos de semillas, empleo de productos naturales para combatir plagas y métodos para fertilizar la tierra. Están en fortalecer a las instituciones locales que luchan por la conservación de recursos naturales como el agua y los bosques. Podemos lograrlo a través de la adecuación de estas técnicas a las necesidades del mundo actual y futuro. En gran medida se pretende que este modelo resuelva gran parte de las necesidades de empleo juvenil. La aplicación de estos modelos podrá llevarse a cabo con la aplicación de talleres, capacitaciones, asistencias técnicas en el uso de fertilizantes, control de plagas y enfermedades de cultivos, entre otros. Con los que se pretende producir productos orgánicos libres de químicos, que marcarán el inicio de una cultura material contemporánea con identidad Indígena. Además, creando valor junto con nuestros beneficiarios, haciendo que éstos participen en los procesos del ciclo del proyecto.

RESUMEN

United for Harmonious Sustainable Development can become one of the centers with the greatest biodiversity that can result in the most developed systems in the present, it is also considered that the agricultural systems that are being studied to face these climatic effects, researchers are turning to ancestral practices such as collections of seed types, use of natural products to combat pests and methods to fertilize the land. They are strengthening local institutions that fight for the conservation of natural resources such as water and forests. We can achieve this by adapting these techniques to the needs of the current and future world. To a large extent, this model is intended to solve a large part of the youth employment needs. The application of these models can be carried out with the application of workshops, training, technical assistance in the use of fertilizers, pest control and crop diseases, among others. With which it is intended to produce organic products free of chemicals, which will mark the beginning of a contemporary material culture with Indigenous identity. In addition, creating value together with our beneficiaries, making them participate in the processes of the project cycle.

Palabras claves:

Desarrollo Sostenible, biodiversidad, sistema agrícola, desempleo juvenil.

Keywords:

Sustainable Development, biodiversity, agricultural system, youth unemployment.

1. Introducción

Según la (Organización Internacional del Trabajo, 2017), en el año 2017 existieron 70,9 millones de jóvenes desempleados que representan más del 35% de la población desempleada del mundo. Pero se prevé que este número aumente en el 2018 a 71,1 millones, ya que los jóvenes en los países desarrollados tienen más probabilidades de pasar a un empleo estable y satisfactorio que los jóvenes en los países en desarrollo, es por eso que nuestro proyecto se basa en el proyecto “Enfoque Integrado de País para la promoción del empleo rural decente” de la (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2016), dicho proyecto tiene como propósito hacer una contribución directa al marco estratégico orientado a la reducción de la pobreza rural, particularmente en el ámbito del empleo rural decente.

Como podemos ver el desempleo también juega un papel importante en el desarrollo de una economía en un país en donde ha sido siempre uno de los grandes desafíos de la sociedad moderna en donde los jóvenes de todo el mundo enfrentan las mismas situaciones, ya que se encuentran sin empleo o su empleo es precario o temporal. Según el informe de la (Organización Internacional de Trabajo, 2017, pág. 3), nos indique que:

a. Los trabajadores por cuenta propia y los trabajadores familiares auxiliares están siendo sustituidos por empleados que carecen de un contrato escrito o que

están contratados de forma temporal.

b. Colaboración y sinergias pueden fomentarse a través de la Iniciativa Global de Empleo Decente para los Jóvenes. La iniciativa es la plataforma mundial e inclusiva para intensificar la acción y el impacto en materia de empleo juvenil en el contexto de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Este modelo de proyecto se basa en el desarrollo sostenible para entender de mejor manera hay que partir de este término, que en pocas palabras es la estrecha relación existente entre el desarrollo económico y el medio ambiente, siendo más específicos según la (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2012) descrito por el Informe de la Comisión Brundtland de 1987 se define al desarrollo sustentable como “el desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades”.

De ahí nace la idea de “Unidos por Desarrollo Sustentable Armónico”, ya que buscamos a través de este modelo de proyecto dar empleo a la personas menos favorecidas del sector rural con la innovación de la agricultura con técnicas ancestrales, puesto que no cuentan en su mayoría títulos de tercer nivel, ahora por qué técnicas ancestrales, como podemos observar en la actualidad existen sistemas tecnificados y de producción a escala que han cubierto una creciente demanda de alimentos por

lo que es más fácil cultivar la tierra con la nueva tecnología, pero tiene sus impactos negativos sobre el ambiente, como: la destrucción y salinización del suelo, la contaminación por plaguicidas y fertilizantes, la deforestación o la pérdida de biodiversidad genética. Lo cierto es que aún se conservan innumerables técnicas tradicionales que han sido creadas, transformadas y mantenidas con el conocimiento de innumerables generaciones de campesinos. Si a este conocimiento acumulado le diéramos el valor que corresponde, sería más que suficiente para superar las pobrezas; y más aún, si reconocemos su talento y valoramos tanto conocimiento que en el pasado hemos despreciado, seguramente encontraremos las respuestas para la agricultura del futuro.

2. Materiales y Métodos

2.1. Método

Este artículo se basa en una revisión descriptiva analítica cualitativa que busca resaltar los puntos de importancia en el mundo. Lo que nos orientó hacia la búsqueda de este material fueron las críticas que existen sobre los efectos negativos que trae consigo la agricultura moderna y los comentarios de los beneficios que nos dieron nuestro ancestros a lo largo de estas décadas, con la diferencia de busca y dar una solución con la combinación de estas dos, es decir, la aplicación de métodos tradicionales pero con técnicas modernas. Con base en esa información, presentamos diferentes tipos de criterios sobre el

tema en cuestión. Las fuentes de extracción de información relevante e importante fueron de manera abierta ya que se obtuvo información desde entrevistas a campesinos del sector, artículos, repositorios digitales, informes de Organizaciones Internacionales y sitios web. En general, no se aplicó ningún criterio específico para filtrar la información para la elaboración de este artículo, más bien se buscaron por sus títulos y resúmenes, y que estuvieran relacionados con las mayores críticas realizadas hacia la agricultura, la contaminación y el desempleo juvenil. Se realizó además un seguimiento a las referencias utilizadas para determinar información más relevante que pueda servir para los objetivos de este artículo. Las publicaciones e informes se escogieron de acuerdo al idioma a que se está elaborando este artículo (español) ya que ninguno de los integrantes domina un idioma adicional a la perfección. Además se escogieron por fechas y grado de importancia. Hubo cierta preferencia por citar informes por parte de la Organización Internacional de Trabajo. El análisis fue realizado por medio de una lectura exploratoria del material bibliográfico encontrado, utilizándose el análisis cualitativo.

2.2. Tablas y Gráficos

Porcentaje de mano de obra empleada en actividades agropecuarias de grandes y resto de productores por dependencia de la razón social, productores participantes y sexo.

Dependencia de la razón social, productores participantes y sexo	Unidades de producción		
	Total	Grandes productores	Pequeños y medianos productores
Total de mano de obra Hombres Mujeres	100,00	4,10	95,90
Hombres	83,02	74,35	83,39
Mujeres	16,71	22,47	16,47
No especificado	0,26	3,18	0,14
Dependiente de la razón social			
Mano de obra no remunerada	22,61	3,79	23,41
Hombres	69,18	82,56	69,09
Mujeres	30,82	17,44	30,91
Mano de obra remunerada	63,88	85,72	62,95
Hombres	87,53	76,75	88,16
Mujeres	12,47	23,25	11,84
No dependiente de la razón social	0,30	7,31	NA
Hombres	74,25	74,25	NA
Mujeres	25,75	25,75	NA
Productores(as) que participaron en las labores agropecuarias	13,21	3,18	13,64
Hombres	85,11	0,00	85,96
Mujeres	12,90	0,00	13,03
No especificado	1,99	100,00	1,02

Tabla 1. Tamaño de la unidad de producción de grandes y resto de productores (Instituto Nacional de Estadística y Geografía., 2017)

El tiempo que las personas desempleadas llevan buscando trabajo permite identificar diferentes tipos de desempleo. En ese sentido, según , el 36.8% de los desempleados han buscado trabajo durante un período de 4 semanas o menos. Mientras que un porcentaje similar (30.8%) lo ha hecho en un período de más de 15 semanas.

Semanas	Porcentaje
Más de 15	30.8
Entre 13 y 15	1.1
Entre 9 y 12	10.5
Entre 5 y 8	20.7
4 o menos	36.8

Tabla 2. Elaborada por grupo de investigación.

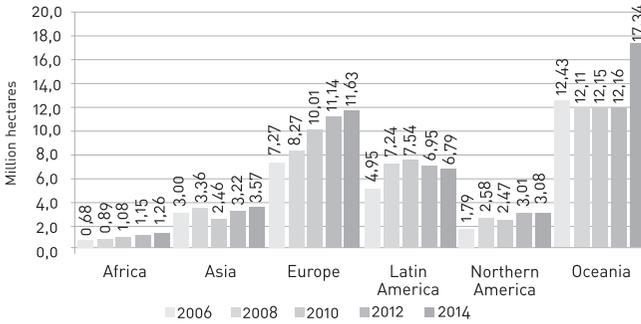


Ilustración 1. Los países con producción agrícola orgánica (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica, 2015)

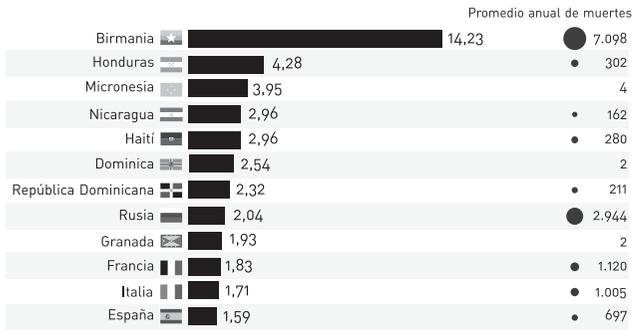
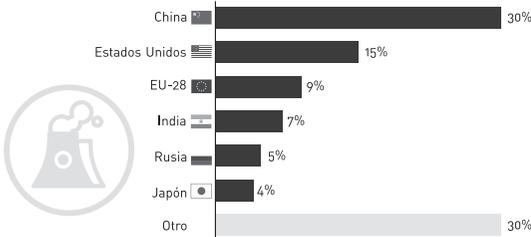


Ilustración 2. Los países más castigados por el cambio climático (United Satates Environment Protection Agency, 2017)

Emissiones de dióxido de carbono*



Emissiones de gases de efecto invernadero por sectores

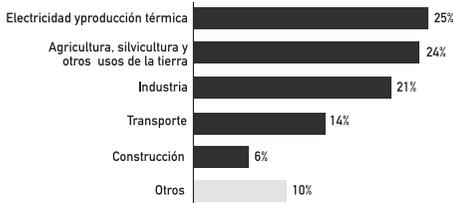


Ilustración 3. Los países más contaminados del mundo (United Satates Environment Protection Agency, 2017)

3. Resultados y Discusión

De la información extraída de las diferentes fuentes sobre el desempleo, la agricultura y la contaminación ambiental, se procede a su respectivo análisis, lo cual se presenta en dos categorías: La agricultura una fuente de empleo y La agricultura orgánica vs. La Contaminación Ambiental.

3.1. La agricultura una fuente de empleo

La agricultura es considerada como el sector productivo más importante desde un punto vista económica, social y ambiental, ya que de ésta depende la alimentación primaria de millones de personas, el incremento de la población productiva y la preservación y cuidado del entorno. Además es una base importante para el desarrollo del país, ya que funciona como una herramienta que ayuda a fomentar la seguridad alimentaria; asimismo, constituye un estímulo para potenciar el progreso y el crecimiento productivo que puede mejorar significativamente las condiciones de vida en amplias zonas y fomentar la capacidad productiva de los sectores rurales.

Según (Mellor) se ha desarrollado una visión más completa del proceso de desarrollo agrícola y abogaron por políticas en favor de los pequeños productores.

Su estrategia de desarrollo agrícola fue la primera que subrayó la importancia del aumento de la productividad, incluso en las pequeñas explotaciones. Describieron un proceso de crecimiento a largo plazo en el que los tipos de innovación tecnológica variaban según las fases del proceso.

Sin embargo, su punto de vista es que la agricultura debía ayudar al desarrollo de los demás sectores de la economía, principalmente proporcionándoles bienes y factores de producción. Tal papel incluye el suministro de mano de obra, divisas, ahorro y alimentos, además de proveer un mercado para los bienes industriales producidos internamente.

3.1.1. Empleo agropecuario y su participación en el empleo global

La mayor parte de la población económicamente activa (PEA) trabajaba en el sector agropecuario; todavía en 1960 el sector daba ocupación a la mitad de la mano de obra del país. Sin embargo, desde los años cincuenta el número de personas ocupadas en los sectores de la industria y de los servicios estaba aumentando rápidamente, mientras que el empleo en el sector agropecuario crecía a tasas menores al 1% anual. Desde los años noventa hasta la actualidad, la ocupación en el sector agropecuario se ha estabilizado en un nivel entre 6 y 7 millones de trabajadores.

Se mantiene la generación de empleo en el campo y cada vez son más los pequeños productores los inversionistas quienes brindan trabajo en su propia parcela, por lo que la economía familiar campesina continúa siendo la principal fuente de ingresos en el campo". De igual manera se ha venido incrementando el trabajo en la parcela familiar o propia es decir que el campesino es el que invierte y tiene con qué pagar por el trabajo de otros vecinos, es decir que ya no está yendo a trabajar donde terceros y

está produciendo en su propia tierra". Entre 2010 y 2016 se crearon 423.000 nuevos puestos de trabajo; 149.000 más que los generados entre 2002 y 2010, lapso en el que el número de empleos fue de 274.000. En el periodo 2015 – 2016 se crearon 199.000 nuevos puestos de trabajo. (FAO, 2018)

3.2. La agricultura orgánica

La agricultura orgánica Se basa en el cultivo que aprovecha los recursos naturales para combatir plagas, mantener o aumentar la fertilidad del suelo que no es necesario recurrir a productos químicos de síntesis de fertilizantes, plaguicidas, antibióticos, y similares, y en la no utilización de organismos que hayan sido modificados genéticamente. De esta forma se consiguen alimentos más naturales, sanos y nutritivos. Además, se ayuda a conseguir una mayor sostenibilidad del medio ambiente causando el mínimo impacto medio ambiental.

3.2.1. Saludables

Los productos ecológicos son más saludables ya que están libres de residuos tóxicos persistentes procedentes de pesticidas, insecticidas, antibióticos, fertilizantes sintéticos, aditivos y conservantes, muchos de ellos utilizados en la agricultura convencional para eliminar insectos o plagas y combatir enfermedades, para añadirles color y brillo (manzanas, naranjas, etc.) y que a medio o largo plazo producen causas muy negativas en nuestro organismo, como por ejemplo Párkinson. Al no contener subs-

tancias artificiales, los alimentos procedentes de la agricultura ecológica son asimilados correctamente por el organismo sin alterar las funciones metabólicas. Según los especialistas en nutrición, gran parte de las enfermedades degenerativas tienen su origen en la alimentación.

3.2.2. Sostenibles con el medio ambiente

Respetar el medio ambiente es una de las máximas de los productos ecológicos; cuando consumimos alimentos de cultivo ecológico colaboramos en la conservación del medio ambiente y evitamos la contaminación de la tierra, el agua y el aire. La agricultura ecológica es la más respetuosa con la fauna, la que genera una contaminación más baja de aerosoles, produce menos dióxido de carbono, previene el efecto invernadero, no genera residuos contaminantes y ayuda al ahorro energético y de los gobiernos, ya que en el cultivo y en la elaboración de los productos se aprovecha el máximo de recursos renovables.

Cabe destacar que la disminución de la diversidad biológica es uno de los principales problemas ambientales de la actualidad; la agricultura orgánica preserva las semillas para el futuro, impidiendo, de este modo, la desaparición de algunas variedades de gran valor nutritivo y cultural.

3.2.3. Tienen máximos niveles de calidad y son respetuosos con la naturaleza

Los alimentos ecológicos provienen de la agricultura ecológica, que utiliza un sistema de producción de la máxima fiabilidad

pues está sujeto a una trazabilidad desde el campo hasta la mesa mediante el Reglamento Europeo 834/2007.

Todos los agentes que intervienen en la cadena agroalimentaria están sujetos al control e inspección de las materias primas utilizadas, el proceso de elaboración, el envasado, el etiquetado, etc. mediante las empresas de control y certificación acreditadas. (La Agricultura Ecológica, 2015)

La agricultura ecológica fertiliza la tierra y frena la desertificación; favorece la retención del agua y no contamina los acuíferos; fomenta la biodiversidad; mantiene los hábitats de los animales silvestres, permitiendo y favoreciendo la vida de numerosas especies; respeta los ciclos naturales de los cultivos, evitando la degradación y contaminación de los ecosistemas; favorece la biodiversidad y el equilibrio ecológico a través de diferentes prácticas: rotaciones, asociaciones, abonos verdes, setos, ganadería extensiva, etc.; potencia la fertilidad natural de los suelos y la capacidad productiva del sistema agrario; recicla los nutrientes incorporándolos de nuevo al suelo como compost o abonos orgánicos, y utiliza de forma óptima los recursos naturales. En resumen, respeta el equilibrio de la naturaleza contribuyendo a la preservación del ecosistema y al desarrollo rural sostenible.

3.3. La contaminación ambiental

Desde la ONU advierten que los niveles de contaminación en todo el globo ya ha

alcanzado niveles insostenibles. Los expertos aseguran, que están poniendo en serio peligro la salud humana. Ésta además repercute, y se puede encontrar de otras formas, tanto en el aire como en los océanos, tierra, comida, y prácticamente en todos los lugares del planeta. Además, un modelo que la Organización Mundial de la Salud publicó el año pasado, señala como el 92% de los habitantes de todo el mundo viven en lugares donde, los índices de polución, exceden los niveles máximos permitidos.

Como humanidad, estamos dañando el planeta de una manera totalmente inaceptable. Es preciso además, que los pobres son los más vulnerables de éstas consecuencias, y que ésta también es su principal riqueza. A la vez radica, que no es sólo el problema del gobierno, sino que aquí la implicación es de todos, organizaciones, sectores privados y de cada persona individual. (La contaminación ambiental en todo el planeta alcanza niveles insostenibles, 2017).

El cambio climático es un problema que nos afecta a todos a nivel global. Este cambio puede llevar de forma progresiva a la destrucción del planeta y solo nosotros podemos evitar que se produzca este desastre.

La utilización de productos de síntesis para combatir los insectos, plagas, malezas y hongos aumentó la productividad pero, como advirtió la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (1988), su

exceso es una amenaza para la salud humana y la vida de las demás especies: un estudio realizado en 1983 estimaba que en los países en desarrollo, cada año, alrededor de 400000 personas sufrían gravemente los efectos de los pesticidas, que provocaban desde malformaciones congénitas hasta cáncer, y unas 10000 morían. Esas cifras se han disparado desde entonces y actualmente, según datos de la UNESCO, resultan gravemente envenenadas cada año entre 3.5 y 5 millones de personas por una serie de más de 75000 productos de síntesis que entran en la composición, además de los pesticidas, de detergentes, plásticos, disolventes, pinturas, etc., a los que recientemente se añaden los llamados micro contaminantes, que tienen su origen en productos farmacéuticos y cosméticos que llegan a las aguas residuales y resultan difíciles de eliminar. Como alerta Delibes de Castro, “No es fácil que la naturaleza pueda soportar ese nivel de envenenamiento” (Delibes y Delibes, 2005). Por ello estas sustancias han llegado a ser denominadas, junto con otras igualmente tóxicas, “Contaminantes Orgánicos Persistentes” (COP) o, más en general, Compuestos Tóxicos Persistentes (CTP), y también “perturbadores endocrinos” por provocar un aumento de las enfermedades autoinmunes, obesidad, disminución de la cantidad y calidad de los espermatozoides, etc. (Lucha conta la contaminación, 2014).

4. Conclusiones

Entre los principales problemas identifica-

dos que afectan al desarrollo agropecuario están la falta de conciliación entre el uso de los recursos y su capacidad productiva, la que trae como consecuencia una explotación que, en algunos casos, es agravada por aspectos de tenencia de la tierra y, en todo caso, por la explosión demográfica cuya consecuencia más inmediata es la incesante y progresiva demanda de productos agrícolas.

El crecimiento económico general del país, en los últimos años, se ha manifestado en forma acelerada. Sin embargo, ese crecimiento no se ha manifestado en el sector agrícola, el cual se ha venido logrando en forma improvisada y más que nada debido a la iniciativa privada. En este sentido, los esfuerzos oficiales no han conseguido conciliar la capacidad específica de producción de los recursos físicos y humanos con su aprovechamiento racional. Los problemas o factores limitantes que el sector agrícola enfrenta para su desarrollo están mucho menos relacionados con el aprovechamiento del potencial de sus recursos, aspecto de solución relativamente fácil por mejoras tecnológicas, que con factores de política económica y planificación.

Para el incremento y mejoramiento de la calidad, la producción cuenta con áreas donde es evidente que las favorables condiciones indican un alto potencial para el desarrollo. En estas áreas sólo es preciso corregir deficiencias en infraestructuras y establecer condiciones aparentes para transformarlas de áreas productoras de

materia prima en áreas con economía agroindustrial.

5. Recomendaciones

Para aprovechar en forma racional los recursos de suelos, es necesario conciliar las características de estos con el uso óptimo de acuerdo con su capacidad de producción. Esto significará posiblemente una relocalización de la producción agropecuaria y forestal, con lo que en un período relativamente corto resultaría no solo en un aumento de la producción, sino, también en una mejor conservación de los recursos naturales. Analizar las tecnologías del transporte a fin de determinar el orden de adecuación a las características urbanas, su aprovisionamiento y circulación interna.

1. Referencias

FAO.

18). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura. Obtenido de <http://www.fao.org/family-farming/detail/es/c/472647/>

Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica. (2015). Los países con producción agrícola Orgánica.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2017). Encuesta Nacional Agropecuaria .

La Agricultura Ecológica. (2015). beneficios de la agricultura ecologica. Europa.

La contaminación ambiental en todo el planeta alcanza niveles insostenibles. (2017). contaminacion ambiental en el mundo.

Taiwa.

Lucha conta la contaminacion. (2014). causas de la contaminacion ambiental. Madrid.

Mellor, B. J. (s.f.). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 2018, de <http://www.fao.org/docrep/007/y5673s/y5673s05.htm>

Oganización Internacional del Trabajo. (2017). Tendencias Mundiales del empleo juvenil.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2016). Diagnóstico sobre el empleo juvenil rural decente. Guatemala.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2012). Educación para el Desarrollo Sostenible.

Organizacion Internacional de Trabajo. (2017). Tendencias Mundiales del Empleo Juvenil: Caminos hacia un mejor futuro laboral. Ejecutivo.

United Satates Environment Protection Agency. (2017). Los países más contaminados del mundo.

ENTREPRENEURSHIP
PROJECTS AS A LEARNING
BASE ON BUSINESS SKILLS
IN THE AMAZON

LOS PROYECTOS DE EMPREDIMIENTO COMO BASE DE APRENDIZAJE EN LAS HABILIDADES EMPRESARIALES EN LA AMAZONÍA

AUTOR: J, Morquecho*¹, L, Vásquez², K, Rivadeneira³

1. Dpto. de investigación carrera administración de empresas, Universidad Católica de Cuenca sede Macas. 140150.
2. Dpto. académico, dirección de carrera de administración de empresas Universidad Católica de Cuenca sede Macas. 140150.

3. Estudiante de la carrera de administración de empresas, Universidad Católica de Cuenca sede Macas. 140150.

RESUMEN

Investigaciones recientes evidencian prácticas con mayor participación estudiantil del aprendizaje, esto implica revisar la enseñanza actual por un trabajo utilizando interdisciplinariedad, el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) es una metodología de enseñanza e interaprendizaje válido. Este trabajo analiza referentes teóricos sustentadores de la aplicación del ABP para desarrollar proyectos de emprendimiento de, Ingeniería Empresarial, Economía y Contabilidad y muestra los resultados de su aplicación. El estudio se realizó en la Universidad Católica de Cuenca, se aplicó análisis documental, observación, investigación acción e inventario de proyectos, se trabajó el uso de los recursos potenciales amazónicos en las carreras mencionadas, en las asignaturas de emprendimiento, análisis financiero y planificación estratégica, los estudiantes se vinculan a través de proyectos a su perfil profesional proponiendo solución a problemas en la región, potenciando el trabajo colaborativo, los valores identitarios, culturales ancestrales y competencias de los estudiantes a través del ABP. En las observaciones se verificó que los estudiantes que elaboraron el proyecto de investigación formativa tienen mejores posibilidades de plantear un problema de investigación, redactar objetivos, realizar análisis y planificar tareas generales y específicas, así como aportar significativamente en la elaboración de la estructura del proyecto de vinculación con la sociedad y prácticas pro profesionales.

RESUMEN

Recent research evidences practices with greater student participation of learning, this implies revising current teaching for a work using interdisciplinarity, Project Based Learning (PBL) is a valid teaching and learning methodology. This paper analyzes theoretical references supporting the application of the PBL to develop entrepreneurship projects, Business Engineering, Economics and Accounting and shows the results of its application. The study was carried out at the Catholic University of Cuenca, documentary analysis, observation, action research and inventory of projects were applied, the use of the Amazonian potential resources in the aforementioned careers, in the subjects of entrepreneurship, financial analysis and strategic planning, the students are linked through projects to their professional profile proposing solutions to problems in the region, enhancing the collaborative work, the identity, ancestral cultural values and competences of the students through the ABP. In the observations it was verified that the students who elaborated the formative research project have better possibilities to pose a research problem, write objectives, perform analysis and plan general and specific tasks, as well as contribute significantly in the elaboration of the structure of the project. connection with society and pre-professional practices.

Palabras claves:

Aprendizaje, Proyectos, Emprendimientos,
Habilidades empresariales

Keywords:

Learning, projects, Entrepreneurship,
Business skills

1. Introducción

1.1. Antecedentes

Aprender por proyectos emprendimientos, implica reconocer y asumir un proceso activo, dinámico y de coordinación, que implica una flexibilidad que permita adaptarse a distintas propuestas de aprendizajes, necesidades de trabajo y disposición de recursos. Esta característica de flexibilidad hace que esta metodología, no sea aplicada de igual manera en todos los procesos de enseñanza-aprendizaje; sin embargo, es importante mencionar que esta flexibilidad no implica que este sea un proceso no sistematizado, por el contrario, es un sumario que demanda de un trabajo bastante organizado.

El aprendizaje por proyectos de emprendimientos convierte el aula en taller, en gabinete o laboratorio con la posibilidad de ampliar el escenario de los aprendizajes fuera del centro educativo. Así como también integra los diversos tipos de aprendizaje para favorecer la apropiación de los aprendizajes por parte de los estudiantes al trabajar estos con problemas reales, y concretos.

2. Revisión bibliográfica

Diferentes autores han planteado definiciones del aprendizaje basado en proyectos, pero muy pocos han tratado el aprendizaje basado en proyectos de emprendimiento, para los propósitos de este trabajo se han tomado dos que citan a continuación:

“El ABP, implica el formar equipos integrados por personas con perfiles, áreas disciplinares, profesiones, idiomas y culturas diferentes, que trabajan juntos para realizar proyectos que solucionen problemas/probleáticas reales” (Gómez, 2014).

El aprendizaje basado en proyectos es un conjunto de tareas basadas en la resolución de preguntas o problemas a través de la implicación del alumno en procesos de investigación de manera relativamente autónoma que culmina con un producto final presentado ante los demás (Sánchez, 2013)

La valoración de las definiciones anteriores permite al autor de este artículo considerar que el aprendizaje por proyectos de emprendimiento se organiza en actividades dominadas por un motivo central. Es una totalidad movilizadora que rompe los estereotipos de enseñar y aprender, como el de los contenidos establecidos en las asignaturas, transforma el entorno social y natural que rodea a los estudiantes en contenido de aprendizaje con carácter relevante, pertinente y significativo; trasmite a los estudiantes el valor del trabajo en común y en beneficio propio, les permite crecer en su autoconocimiento, afianzar los vínculos y trabajar los conflictos que cotidianamente surjan, además de reconocer en los estudiantes su capacidad para organizarse en la búsqueda de fines comunes al equipo y, lograr las metas que se propuso así como orienta al equipo en el sentido de fijar sus reglas, que son asumidas como imprescindibles.

dibles para la consecución del objetivo.

Según señala (Illescas, 2004) con el aprendizaje por proyectos, los estudiantes adquieren nuevos hábitos y visiones como:

- Esfuerzo individual y colectivos.
- Idea más objetiva se sus propias capacidades.
- Criterio de solidaridad, con un alto valor social.
- Inter-aprendizajes dinámicos
- Trabajo colectivo como proceso y producto: cada uno aporta su iniciativa, eficacia y responsabilidad.
- Estimula la conciencia crítica, las potencialidades creadoras, el espíritu emprendedor y de cooperación, poniendo en segundo plano el memorismo.
- Fomenta la autoeducación y autodisciplina.

En definitiva el ABP, da la oportunidad de enfrentar los éxitos sobresalientes y poco sobresalientes en relación a las dificultades y límites concretos del conocimiento, de igual manera se despliega el ingenio, el poder de inventiva, desarrolla la perseverancia y la flexibilidad, además se adecuan y reubican metas, se realiza la búsqueda de posibilidades, se fundamenta la disciplina sobre la base del trabajo, se realiza provisión y previsión de materiales, se genera un proceso permanente de evaluación y reajustes en los procesos investigativos y de aprendizaje tanto en métodos como en técnicas.

El aprendizaje basado en proyectos permite que se desarrollen habilidades latentes

de los involucrados a través de las situaciones que deben afrontar en la búsqueda de soluciones. Con esta metodología de aprendizaje por proyectos se descubre y redescubre las aptitudes y potencialidades de las personas involucradas tanto de docentes como de estudiantes, así también desarrolla y forma el carácter ante las dificultades que deben enfrentar y solucionar, además se posicionan las bases para la resolución de nuevos y más complejos problemas que deberá resolver como toda persona dentro la sociedad llamada a aportar con soluciones eficaces para su entorno.

Los aprendizajes basados en proyectos de emprendimientos en el presente trabajo se los consideran como un núcleo organizador de objetivos, contenidos, actividades planificaciones que surgen de los estudiantes como estrategia grupal o del docente como proceso incentivacional, lo cual convierte al aula en un verdadero taller donde se procesan las experiencias del aprendizaje siendo una alternativa de modelo pedagógico para desarrollar el currículo.

Como indica (Ticona, 2010). Las razones por las que se debería considerar esta forma de trabajo docente son las siguientes:

- Este modelo se mueve por intereses que plantean los propios estudiantes, porque son ellos y ellas quienes proponen cuál proyecto realizar. Al ser de su interés, el trabajo se vuelve más motivante.
- Es una pedagogía activa que promueve

el desarrollo de competencias por medio de actividades dinámicas y de interacción entre personas y con el medio ambiente.

- El trabajo por Proyectos de emprendimientos facilita la integración de las distintas áreas – módulos – asignaturas que forman el currículo. ¿Cómo se da esta integración? Por medio de actividades significativas correlacionadas. Es decir, puede ejecutarse un proyecto en las asignaturas de liderazgo, construcciones civiles y esto no implica que las otras asignaturas como energías renovables, ecología etc., no puedan participar del proyecto. La creatividad en la integración de las distintas áreas, módulos o asignaturas depende del grado de motivación e interés de los docentes y sus estudiantes.
- Por medio de esta metodología se inicia al estudiante en el proceso de investigación, y conforme lo va profundizando logrará desarrollar un adecuado proceso científico de trabajo.
- A la par, también se desarrolla la organización y cooperación del trabajo en grupo y las distintas formas de comunicación que deben establecer.

Referentes del aprendizaje por proyectos
Referente Epistemológico.

Uno de los aspectos de soporte del aprendizaje por proyectos es la metodología de la investigación científica y se fundamenta en la naturaleza de la complejidad, como indica (Morin, Ciurana, & Motta, 2010) “El

pensamiento complejo incluye en su visión del método la experiencia del ensayo” se entiende que los procesos de aprendizaje más significativos son los que se fijan de forma transformadora y dinámica a través de la experiencia y el ensayo de dicha experiencia, por lo que se puede considerar los siguientes postulados asumidos de (Morin, Ciurana, & Motta, 2010):

- El conocimiento se construye desde la complejidad del ser humano.
- Se edifica a partir de la acción física o mental.
- El conocimiento adquirido es lo que el sujeto sabe y sabe hacer.
- Cada nuevo conocimiento reestructura el saber previo.
- Los saberes se almacenan en la memoria en forma de redes conceptuales y categoriales.

Referente Psicológico

Este referente se fundamenta en la información, la experiencia y el conocimiento personal, cuyas características son las siguientes:

- La información como compilación de ideas que son significativas para el estudiante. (Ausubel, 1963)
- La experiencia como el ensayo de la aplicación de la información que posee el estudiante (Kolb, 1984)
- El conocimiento personal de los estudiantes tiene un sistema de significados experimentales personales con el que interpreta el medio y se comporta.
- El conocimiento está guiado por el inte-

rés del aprendiz y del aprendizaje. Referente tomado del aprendizaje activo y holístico de (OCDE, 2009)

- Es un conocimiento socialmente condicionado y parcialmente compartido. Referente tomado en base a (Vigotsky, 1934).

Referente Sociocultural

Se fundamenta en los componentes sociales y culturales del conocimiento, se consideran los siguientes:

- El conocimiento se da como resultado de la actividad práctica e instrumental, dentro de un contexto interactivo, cooperativo, basado en la transmisión social organizada por parte del contexto social al estudiante. (Vigotsky, 1934)
- Implica una apropiación de las representaciones sociales y culturales con el entorno social e histórico determinado, a través de procesos interpsicológicos fundamentales o de desarrollo próximo (Vygotsky) y zona de construcción (Newman, Griffin, & Cole, 1991).
- La zona de desarrollo próximo es algo más que el apoyo social, es el espacio de negociaciones sociales sobre los significados en el contexto de la institución, el lugar en el que docentes y estudiantes pueden apropiarse de las comprensiones de otros. (Vigotsky, 1934).
- La zona de construcción media entre el pensamiento de dos personas. La acción conjunta de docentes y estudiantes puede llevar a un encuentro de las dos mentes. (Vigotsky, 1934).

Referente Pedagógico

“La conciencia de la complejidad nos hace comprender que no podremos escapar jamás a la incertidumbre y que jamás podremos tener un saber total: la totalidad es la no verdad” (Morin, 2011), se puede considerar que ese espacio de incertidumbre en el proceso de formación del ser humano genera una actitud de constante búsqueda, teniendo presente que nadie llega a obtener un absoluto o una completitud de aquello que persigue en su formación sin embargo se puede hacer ciertas aproximaciones, en especial a través de la investigación dinámica permanente.

En el desarrollo del aprendizaje por proyectos se puede tener estas referencias en cuanto a lo pedagógico, (Illescas, 2004) en su trabajo “el proyecto de aula” indica que:

- El conocimiento es motivado hacia fines específicos.
- El conocimiento es significativo.
- El aprendizaje se determina a partir de la acción consciente del estudiante sobre el consentimiento, aprendizaje activo, autoaprendizaje.
- El conocimiento surge del marco de los intercambios docente – estudiante y estudiante - estudiante.
- Son directrices básicas para ordenar los sucesos de la enseñanza durante el período de duración del proyecto.
- Promueve la interacción global con el ambiente.
- Suscita la construcción personal y colectiva del conocimiento.

- Liga la parte de la realidad que no está estudiando con un universo conceptual más amplio (globalismo, interdisciplinaridad).
- Parte de las necesidades e intereses de los estudiantes para que sean percibidos como útiles (funcionalismo).
- Los procedimientos de aprendizaje deben seguir las pautas de la evolución natural del estudiante, cada aprendizaje ha de seguir las mismas pautas (aprendizaje genético).
- Las experiencias de aprendizaje deben estructurarse de manera que se privilegie la cooperación, la colaboración y el intercambio de puntos de vista en la búsqueda conjunta del conocimiento.
- Se ha de privilegiar la toma de conciencia de contradicción o conflicto. Entre los puntos de vista propios y la realidad exterior, entre los puntos de vista de unos y otros, entre los distintos esquemas explicativos de uno mismo (conflicto cognoscitivo).

3. Materiales y método

En el presente estudio se aplicó el método de análisis documental para la valoración de los proyectos de emprendimiento desarrollados por los estudiantes y los resultados obtenidos.

Se consideraron seis proyectos de cuarto y uno de tercer año de Ingeniería Empresarial, un proyecto combinado entre estudiantes de tercero y cuarto año de Ingeniería Empresarial y uno de tercer año de Economía y Finanzas. Se revisó de cada proyecto de emprendimiento: el problema, el objeti-

vo, los resultados; se revisó la contribución al perfil de egresado y el impacto social del proyecto.

Así mismo se aplicó el método de observación a las actividades de vinculación con la comunidad para verificar los resultados de aprendizaje alcanzados por los estudiantes en el desarrollo de las actividades de prácticas pre profesionales, proyectos de trabajos finales de asignatura, proyectos para titulación y proyectos de emprendimiento.

También se realizó el análisis del registro de asesorías del departamento de investigación en la atención a los estudiantes para la realización de actividades investigativas, académicas, de vinculación y prácticas pre profesionales en la sede Macas de la Universidad Católica de Cuenca.

Se realizó además un inventario de los proyectos de formación sobre el uso de los recursos potenciales de la zona de la amazonia realizado por los estudiantes de tercero y cuarto años de las carreras de Ingeniería empresarial, Economía y Finanzas y Contabilidad, en las asignaturas de emprendimiento, análisis financiero y planificación estratégica.

4. Resultados

Los métodos aplicados arrojaron los siguientes resultados en el análisis:

Los proyectos para su análisis fueron clasificados atendiendo a la contribución al perfil de egreso y al impacto social del proyecto.

La Tabla 1 muestra la clasificación realizada:

#	Nombre del proyecto	Carrera	Problema	Objetivo	Resultados	Contribución al perfil de egreso	Impacto social del proyecto
1	Elaboración de: tar- tas, café, extractos de frutos para su comercialización	Ingeniería Empresarial	Alimentación inadecuada de las personas	Producir y comercializar pro- ductos de repostería, cafetería y juguería para garantizar a nuestros clientes los mejores servicios de atención, precio calidad cantidad y oportunidad, con el fin de satisfacer sus necesidades en este rubro	ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LA IMPLI- MENTACIÓN DE UN MICROEM- PRENDIMIENTO DE ELABORACIÓN DE TARTAS, CAFÉ Y EXTRACTOS Motivar a las personas al consumo de productos elaborados con frutas. Invertir tiempo y recursos mínimos para obtener rentabilidad. Productos elaborados listos para la exposición y venta.	El proyecto contribuye al perfil creativo y com- petitivo del ingeniero empresarial	La sociedad se beneficia de la producción, la preparación y el servicio de alimen- tación adecuada y saludable
2	PRODUCCION DE MANI ORGANICO Y SUS PRODUC- TOS DERIVADOS EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO	Ingeniería Empresarial	No existe un lugar dedicado exclusi- vamente a la pro- ducción artesanal de mani orgánico y a la elaboración de sus productos derivados en el Cantón Morona/	Producir un excelente producto orgánico de alta calidad proce- sado artesanalmente con mani de la amazonia, introduciendo un producto innovador, sano y saludable para las personas de la localidad y para satisfacer las necesidades del consumidor	<ul style="list-style-type: none"> • Un correcto desarrollo en la ges- tión, coordinación y evaluación general del proyecto a través del cumplimiento de las normas y pro- cedimientos pertinentes • Conocimiento detallado del actual porcentaje de consumo de mani y de sus derivados en la Provincia así como de la situación actual (legal y de mercado) • Conocer las principales dificul- tades y posibles mejoras en las actuales redes de recogida de los productos derivados del mani orgánico. • Distinguir y conocer las diferentes prácticas de cultivo y especies de mani utilizadas para producir deri- vados en la provincia. • Satisfacer las actuales necesida- des de formación en el mercado de los derivados de mani. 	El proyecto contribuye al perfil creativo y com- petitivo del ingeniero empresarial	El proyecto utiliza el potencial productivo de mani en la zona de estudio

<p>3 ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS ARTESANALES REALIZADOS DE UNA MANERA SALUDABLE EN LA AMAZONIA</p>	<p>Ingeniería Empresarial</p>	<p>No existe una manera saludable y nutritiva de elaboración de quesos en la amazonia la población está consumiendo productos que no aportan con nutrientes al organismo</p>	<p>Demostrar que es posible elaborar quesos naturales aprovechando la materia prima en el sector ganadero de la zona.</p>	<p>Obtención de muestras para comercialización de queso de albahaca, zanahoria, orégano y soya (no resultado de la elaboración)</p>	<p>El proyecto contribuye al perfil creativo y competitivo del ingeniero empresarial</p>	<p>El proyecto genera una forma diferente de presentación de quesos, por lo que la sociedad que los consume tiene una alternativa más sana de consumir este alimento</p>
<p>4 PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TILAPIA ROJA (Oreochromis sp.</p>	<p>Ingeniería Empresarial</p>	<p>Al no existir una producción y venta constante de tilapia roja en la localidad y en mercados cercanos y al mismo tiempo mejorar la calidad alimentaria de la población, se planea la siembra y cultivo de tilapia en la Parroquia de Sevilla Don Bosco</p>	<p>Producir y comercializar Tilapia roja a un precio accesible, y sobre todo saludable en el Cantón Morona y sectores aledaños</p>	<p>El negocio de tilapia es rentable si se produce en grandes volúmenes. El clima que posee el cantón Morona es muy favorable para este tipo de proyectos, ya que posee características esenciales para el desarrollo de la tilapia. En base a la encuesta aplicada los productos elaborados de tilapia tiene mucha acogida en la población encuestada. En general parece que la viabilidad económica del cultivo de peces está estrechamente unida a la capacidad de gestión e intensidad de la operación.</p>	<p>El proyecto contribuye al perfil creativo y competitivo del ingeniero empresarial</p>	<p>El proyecto utiliza el potencial productivo y las condiciones climáticas para la producción de esta especie, esto permite a la sociedad contar con un componente alimenticio básico para su dieta</p>
<p>5 Estudio y análisis de la elaboración de camisetas estampadas con imágenes de la amazonia</p>	<p>Ingeniería Empresarial</p>	<p>Dentro de los productos turísticos, no se cuenta con un local en el que se estampe camisetas con imágenes de la amazonia</p>	<p>Implementar un lugar que elabore camisetas estampadas con imágenes de la amazonia</p>	<p>Local implementado con el servicio de estampado</p>	<p>El proyecto contribuye al perfil creativo y competitivo del ingeniero empresarial</p>	<p>En este proyecto se utiliza el recurso paisajístico fotográfico de la zona lo que hace más atractivos los lugares turísticos de Maracas con su consiguiente incremento de visitas turísticas</p>

<p>6</p> <p>Linea de Dulces "ROMAIN</p>	<p>Ingeniería Empresarial</p>	<p>Al no existir una empresa productora, que se dedique a la elaboración de una línea de dulces artesanales con frutas autóctonas de la amazonia, estos deben ser importados de otros lugares por la cual sus costos son elevados y por tal motivo la población no consume este producto.</p>	<p>Analizar y diagnosticar el planteamiento de una empresa productora de dulces elaborados artesanalmente con frutas autóctonas de la amazonia, específicamente de la zona de Morona Santiago, ya que con esto se introducirá un producto nuevo, sano, y producido por personas de la localidad, al mercado para satisfacer las necesidades del consumidor.</p>	<p>Elaboración artesanal de productos de la línea de dulces con frutas de la zona</p>	<p>El proyecto contribuye al perfil creativo y comercial del ingeniero empresarial</p>	<p>Uso de la producción de fruta de la zona, lo que puede generar producción de frutas con mejor rentabilidad para los agricultores de la zona</p>
<p>7</p> <p>ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS EN BASE A SEMILLAS DE LA ZONA</p>	<p>Ingeniería Empresarial</p>	<p>Lamentablemente lo que nos brinda nuestra tierra no es utilizado eficientemente debido al desconocimiento del uso de esas semillas, como lo es en el caso de las artesanías que se elaboran y comercializan en la Amazonia Ecuatoriana</p>	<p>Crear una empresa que diseñe, elabore y comercialice artesanías en base a semillas originarias de las cuatro regiones del Ecuador.</p>	<p>Elaboración del proyecto productivo. Recolectación de distintas semillas. Elaboración de artesanías en distintas presentaciones. Cálculo de costos para la venta. Exposición en la casa abierta de la UCACUE. Sede Macas. Elaboración del proyecto productivo. Recolectación de distintas semillas. Elaboración de artesanías en distintas presentaciones.</p>	<p>El proyecto contribuye al perfil creativo y comercial del ingeniero empresarial</p>	<p>La utilización de semillas naturales y confección de artesanías permitirá generar fuentes de trabajo para un sector de la sociedad</p>

<p>8</p> <p>ELABORACIÓN DE ACEITE DE AGUACATE COMO PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</p>	<p>Ingeniería Empresarial</p>	<p>Fomentar el desarrollo productivo de la ciudad de Macas y la Provincia de Morona Santiago, a través de la explotación y elaboración de aceite de aguacate.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar las variedades de aguacate que presenten mayor rendimiento respecto a los siguientes aspectos: contenido de grasa, relación de pulpa y semilla, disponibilidad y costo del fruto en el mercado • Manejar técnicamente la producción, aplicando buenos sistemas de administración y de sanidad. • Capacitar a los beneficiarios en temas de manejo productivo de los árboles de aguacate. 	<p>El proyecto contribuye al perfil creativo y competitivo del ingeniero empresarial</p>	<p>La utilización del aceite de aguacate como alimento y como medicina mejoran las condiciones de salud de las personas</p>
<p>9</p> <p>Aplicación de las propiedades medicinales del Rhyngophorus Palmarum (muquiñdi) y su consumo en la población de macas cantón Morona provincia de Morona Santiago en el año 2014</p>	<p>Economía y finanzas</p>	<p>No existe aplicación de las propiedades medicinales del Rhyngophorus Palmarum (muquiñdi) y su consumo en la población de macas cantón Morona Provincia de Morona Santiago en el año 2014.</p>	<p>Elaborar Productos En Base A Las Propiedades Medicinales Del Rhyngophorus Palmarum (Muquiñdi) Y Sus Diversas Formas De Consumo En La Población De Macas-Cantón Morona Provincia De Moronia Santiago En El Año 2014</p>	<p>La utilización de las propiedades medicinales y alimenticias del Rhyngophorus Palmarum (muquiñdi) mejoran las condiciones de salud de las personas</p>	<p>La utilización de las propiedades medicinales y alimenticias del Rhyngophorus Palmarum (muquiñdi) mejoran las condiciones de salud de las personas</p>

Fuente: Elaborado por los autores

5. Discusión

Los resultados obtenidos a través de la aplicación de los métodos investigativos permiten a los autores del artículo presentar las siguientes consideraciones:

En las observaciones realizadas se pudo verificar que los estudiantes que elaboraron el proyecto de investigación formativa tienen mejores posibilidades de plantear un problema, elaborar objetivos, realizar análisis y planificar tareas generales y específicas, así como aportar significativamente en la elaboración de la estructura del proyecto de vinculación con la sociedad. Del análisis del registro de asesorías del departamento de investigación en la atención a los estudiantes para las prácticas pre profesionales y planteamiento de temas de trabajos de investigación para titulación se pudo observar que en dichos registros existe poca incidencia de consultas de parte de los estudiantes de estos cursos que realizaron proyectos de investigación (% de atención a los estudiante citados en los proyectos), lo que demuestra que los estudiantes que participaron en proyectos lograron un mejor aprendizaje y desarrollaron competencias de investigación y emprendimiento que le permitieron posteriormente tener una mayor independencia en la realización de las prácticas pre- profesionales y los trabajos de titulación.

El inventario de los proyectos de emprendimiento sobre el uso de los recursos potenciales de la zona amazónica realizado por

los estudiantes de tercero y cuarto años de las carreras de Ingeniería empresarial, Economía y Finanzas y Contabilidad, en las asignaturas de emprendimiento, análisis financiero y planificación estratégica demuestra que los estudiantes se vinculan a través de los proyectos a temas relacionados con su perfil profesional que proponen la solución a problemas que se presentan en la región amazónica potenciando así el trabajo colaborativo entre los miembros del equipo, los valores identitarios y de las culturas ancestrales y las competencias de los estudiantes a través del aprendizaje basado en proyectos, validando las propuestas de emprendimientos.

6. Conclusiones

La experiencia de aplicación del aprendizaje basado en proyectos de emprendimientos, constituye no sólo una oportunidad para el aprendizaje interdisciplinar, sino que también, ayuda a los estudiantes a lograr un aprendizaje relevante y útil, por cuanto los conecta con el contexto fuera del aula, y les genera confianza en la potencialidad de sus acciones, cuando estas son concertadas mediante el trabajo participativo, colaborativo y de emprendimiento.

Un enfoque de enseñanza con métodos tradicionales no ayuda a que todos los estudiantes alcancen estándares altos; mientras que uno basado en proyectos, construye sobre las fortalezas individuales de los estudiantes, les permite explorar sus áreas de interés dentro del marco de un

currículo establecido y alcanzar un aprendizaje significativo para su vida futura.

Para aplicar el ABP de emprendimiento, es importante que el docente conozca las diferentes teorías y enfoques que sustentan esta metodología para incentivar una formación más participativa, investigativa e integral en los estudiantes, desde este punto de vista la experiencia presentada muestra la utilidad de la aplicación de esta metodología innovadora en la formación universitaria a partir de proyectos de emprendimientos vinculados a la utilización de recursos naturales de la zona amazónica en el Ecuador.

REFERENCIAS

- AUSUBEL, D. 1963. Psicología del aprendizaje verbal significativo.
- DENIS NEWMAN, P. G., MICHAEL COLE 1991. La zona de construcción del conocimiento, Madrid.
- EDGAR MORIN, E. R. C., MOTTA ROGE, RAÚL DOMINGO 2010. Educar en la era planetaria. Barcelona: GEDISA. GÓMEZ, C. P. 2014. Aprendizaje Basado en Proyectos. [Accessed 28 de enero 2014].
- GÓMEZ, C. P. S. 2014. ¿Qué es el aprendizaje basado en proyectos? Available: https://universidad-delsur.wordpress.com/2010/09/06/aprendizaje_basado_proyectos/.
- ILLESCAS, S. El proyecto de aula. Evaluación digital, 2004 Guayaquil. KOLB, D. 1984. Modelo de aprendizaje basado en experiencias.
- MORIN, E. 1999. Los siete deberes necesarios para la educación del futuro, Barcelona.
- MORIN, E. 2011. La via Para el futuro de la humanidad, Barcelona.
- OCDE 2009. Understanding the Brain: The Brith of a Learning Science, Paris.
- SÁNCHEZ, J. 2013. Qué dicen los estudios sobre el Aprendizaje Basado en Proyectos. Available: http://actualidadpedagogica.com/estudios_abp/ [Accessed 10 de 03 de 2013].
- TICONA, G. L. 2010. Aprendizaje por proyectos: reflexiones [Online]. Available: <http://aprendizajeporproyectosgina.blogspot.com/> [Accessed Enero 05 2015].
- VYGOTSKY, L. S. 1934. Modelo de aprendizaje sociocultural.

STUDY OF SMALL
ENTREPRENEURSHIPS
AND ENTERPRISES IN THE
MERA AND SANTA CLARA
CANTONES

ESTUDIO DE PEQUEÑOS EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESARIALIDAD EN LOS CANTONES MERA Y SANTA CLARA.

AUTOR: EP QUEZADA*, WD ZAPATANGA, MC SALINAS

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA SEDE MACAS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, AV.
CAPITÁN JOSÉ VILLANUEVA Y MARÍA TRONCATI.

1. Dpto. de investigación. Facultad de Administración de
Empresas Universidad Católica de Cuenca sede Macas
Dirección postal CAPITAL DEL VILLANUEVA 14301

RESUMEN

Una vez planteado y diseñado el tema de la presente investigación procedimos a tomar información que nos proporciona el SRI acerca de los negocios que existen en determinada zona específica, en este caso los cantones Mera y Santa Clara pertenecientes a la provincia de Pastaza, una vez tomada la base de datos proseguimos a filtrar ciertos emprendimientos como los suspendidos, los pasivos y demás que se encontraban fuera de circulación, y con ello pudimos obtener la muestra, para poder aplicar las entrevistas y encuestas respectivamente. Una vez obtenidos las respuestas a cada una de las entrevistas pudimos notar ciertas carencias como, la falta de sociedades en los cantones antes mencionados, así como una importante y considerable déficit en los negocios visitados, con mayor incidencia en el cantón Santa Clara, con todos estos datos nosotros podemos determinar cuáles son los mayores problemas que deberemos atacar y sobre todo eliminar de raíz, la empresariedad no solo es un término desconocido sino para nada aplicado, la gente en la mayoría de sus veces ha actuado por instinto más no por conocimiento para lo cual procederemos a capacitar posteriormente en aquellos aspectos que consideramos los más importantes y menos tomados en consideración por los emprendedores de Pastaza.

RESUMEN

Once the subject of the present investigation was raised and designed, we proceeded to take information provided by the SRI about the businesses that exist in a specific area, in this case the Mera and Santa Clara cantons belonging to the province of Pastaza, once taken the database we continued to filter certain endeavors such as those suspended, liabilities and others that were out of circulation, and with this we were able to obtain the sample, to be able to apply the interviews and surveys respectively. Once the answers to each of the interviews were obtained, we could notice certain shortcomings such as the lack of partnerships in the cantons mentioned above, as well as a significant and considerable deficit in the businesses visited, with the highest incidence in the Santa Clara canton, with all these data we can determine which are the biggest problems that we must attack and above all eliminate at the roots, entrepreneurship is not only an unknown term but for nothing applied, people in most of their times have acted instinct but not knowledge for which we will proceed to train later on those aspects that we consider the most important and least taken into consideration by the entrepreneurs of Pastaza

Palabras claves:

emprendimiento, innovación, negocio,
empresariedad, administración

1. Introducción

En el presente proyecto analizaremos la empresariedad y la factibilidad económica de los emprendimientos y negocios de la Provincia de Pastaza, específicamente cantones Mera y Santa Clara, estudiaremos también la pertinencia de la carrera de Administración de Empresas en mencionado sector, examinaremos oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas para posteriormente con los resultados de dicha investigación obtener herramientas que nos ayuden a encontrar métodos y medios para emprender, tomaremos esta investigación como un impulso y ejemplo para innovar, a través de este estudio encontraremos también datos verídicos y certeros acerca de los ingresos, gastos y montos de inversión que inicialmente fueron aportados para empezar con un emprendimiento, lo cual nos ayudará para poder idealizar lo que a futuro será nuestra empresa, debido a que como administradores nuestra meta principal es acabar nuestra carrera y llevar a la realidad nuestra idea de negocio, y de esta manera contribuir también con la sociedad, creando plazas de empleo.

Concepto de empresariedad por varios autores.

La empresariedad

La empresariedad es la capacidad de creación y desarrollo de nuevas iniciativas. Es aquella fuerza que surge de un agente económico para emprender un nuevo negocio, para hacer una nueva empresa o

para lanzar un nuevo producto o un producto modificado. El fenómeno de generación de redes empresariales abre un campo tan sediento de empresariedad como fértil para la generación de emprendimientos. La conformación de redes, como conjuntos de relaciones sociales y económicas que vinculan a un grupo de agentes económicos, es un hecho actual. Las redes se construyen sobre la colaboración y la confianza, promoviendo la formación de capital social. (Ledesma, 2016).

Innovación

Empresa innovadora es la que cambia, evoluciona, hace cosas nuevas, hace nuevos productos y adopta y pone puntos nuevos procesos de fabricación, innovación es atreverse, innovación es nacer (Escorsa Castells, 2003)

2. Materiales y Métodos

Como material para este artículo científico utilizamos las encuestas y las entrevistas aplicadas a los cantones antes mencionados pertenecientes a la provincia de Pastaza, con el fin de obtener todos los datos necesarios para nuestro estudio, todo esto mediante una investigación descriptiva.

Un problema existente en los cantones de Mera y Santa Clara es el bajo conocimiento de claves conceptos económicos.

Otro problema que afecta los cantones de Mera y Santa Clara es la durabilidad de los negocios comerciales. Solo el 20% de los negocios tienen más de 10 años de apertura.

2.1. Figuras y tablas

1. Género

GÉNERO		
MASCULINO	122	56%
FEMENINO	95	44%
TOTAL DE RESPUESTAS	217	100%

TABLA 1 GÉNERO

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)

ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

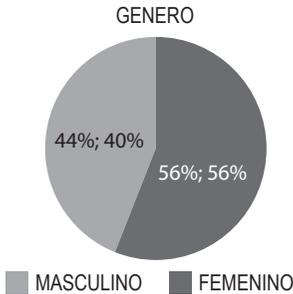


GRÁFICO 1 GENERO

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)

ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

En relación al estudio las condiciones de emprendimiento y empresariedad en la Región Amazónica y la pertinencia de la carrera de Ingeniería Empresarial y Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca sede Macas, en la pregunta acerca del género, se determina que de los datos obtenidos en los cantones Mera y Santa Clara un 56% corresponde al género masculino y un 44% corresponde al género femenino.

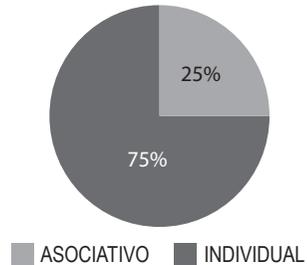
2. La Naturaleza de su negocio es:

La Naturaleza de su negocio es:		
ASOCIATIVO	55	25.35%
INDIVIDUAL	162	74.65%
TOTAL DE RESPUESTAS	217	100%

TABLA 2 LA NATURALEZA DE SU NEGOCIO ES
FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)

ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA) GRAFICO 2 LA

LA NATURALEZA DE SU NEGOCIO ES:



NATURALEZA DE SU NEGOCIO ES

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)

ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

En relación al estudio las condiciones de emprendimiento y empresariedad en la Región Amazónica y la pertinencia de la carrera de Ingeniería Empresarial y Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca Sede Macas, en la pregunta acerca de la naturaleza de su negocio, la gran mayoría representado por un 74.65 % en el cantón Mera y Santa Clara, la naturaleza de su negocio es individual, mientras que el 23.35% en el cantón Mera y Santa Clara, la naturaleza de su negocio es asociativo.

3. CUANTOS TRABAJADORES FRECUENTEMENTE TIENE SU NEGOCIO:

CUANTOS TRABAJADORES FRECUENTEMENTE TIENE SU NEGOCIO:		
0-5	190	88%
6-10	27	12%
11-MÁS	0	0%
16-A Más.	0	0%
Total de Respuestas	217	100%

TABLA 3 CUANTOS TRABAJADORES NORMALMENTE TIENE SU NEGOCIO
 FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)
 ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

CUANTOS TRABAJADORES FRECUENTEMENTE TIENE SU NEGOCIO



GRÁFICO 3 CUANTOS TRABAJADORES NORMALMENTE TIENE SU NEGOCIO
 FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)
 ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

Con respecto al estudio las condiciones de emprendimiento y empresariedad en la Región Amazónica y la pertinencia de la carrera de Ingeniería Empresarial y Administración de Empresas de la Universidad católica de Cuenca sede Macas, en la pregunta sobre cuantos trabajadores frecuentemente tiene su negocio, se determina que de los 217 encuestados en el cantón Mera y Santa Clara, podemos concluir que la mayoría tiene 0-5 trabajadores con un

88%, seguido de 6-10 trabajadores con un 12% lo cual no existe una diversidad de trabajadores en sus empresas.

4. PARA INICIAR SU EMPRENDIMIENTO EL CAPITAL INVERTIDO FUE:

PARA INICIAR SU EMPRENDIMIENTO EL CAPITAL INVERTIDO FUE:217 respuestas		
PROPIO	93	43%
CRÉDITO	89	41%
FINANCIAMIENTO BANCARIO + FINANCIAMIENTO PROPIO	35	16%
OTRO(ESPECIFIQUE	0	0%
Total de Respuestas	217	100%

TABLA 4 PARA INICIAR SU EMPRENDIMIENTO EL CAPITAL INVERTIDO FUE
 FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)
 ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

PARA INICIAR SU EMPRENDIMIENTO EL CAPITAL INVERTIDO FUE

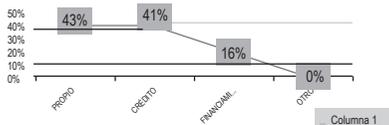


GRÁFICO 4 PARA INICIAR SU NEGOCIO EL CAPITAL INVERTIDO FUE
 FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)
 ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

Con respecto al estudio las condiciones de emprendimiento y empresariedad en la Región Amazónica y la pertinencia de la carrera de Ingeniería Empresarial y Administración de Empresas de la Universidad católica de Cuenca sede Macas, en la pre-

gunta sobre para iniciar su emprendimiento el capital invertido fue, se determina que de los 217 encuestados en el cantón Mera y Santa Clara, 93 emprendedores señalaron que para iniciar su emprendimiento fue con el capital propio, dando esto del total de encuestados un 43%, 89 emprendedores señalaron que para iniciar su emprendimiento el capital correspondió a ser recurrido por un crédito, dando esto un total de 41% encuestados, 35 emprendedores recurrieron a un capital por medio de un financiamiento bancario + financiamiento propio para iniciar su emprendimiento, dando esto del total de encuestados un 16%.

A QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA PERTENECE SU EMPRENDIMIENTO : 217respuestas		
Servicio	79	37%
Comercio	118	54%
industrias	20	9%
Producción agro ganadera	0	0%
otros	0	0%
Total de Respuestas	217	100%

Tabla 5 A qué tipo de actividad económica pertenece su negocio

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)

ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

5. A qué tipo de actividad económica pertenece su emprendimiento

A que tipo de actividad económica pertenece su negocio

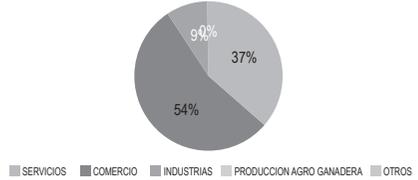


GRÁFICO 5 A QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA PERTENECE SU NEGOCIO

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)

ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

Con respecto al estudio las condiciones de emprendimiento y empresariedad en la Región Amazónica y la pertinencia de la carrera de Ingeniería Empresarial y Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca sede Macas, en la pregunta sobre A qué tipo de actividad económica pertenece su emprendimiento, se determina que de los 217 encuestados en la provincia de Pastaza cantones Mera y Santa clara, el 54% de los emprendedores tiene como actividad económica comercio, un 37% de encuestados tienen como actividad económica servicios y solo un 20% son industrias.

6. SU EMPRENDIMIENTO ES:

SU EMPRENDIMIENTO ES		
Rentable	110	51%
Poco rentable	93	43%
Nada rentable	14	6%
Total de Respuestas	217	100%

TABLA 6 SU EMPRENDIMIENTO ES
 FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)
 ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

13. SU EMPRENDIMIENTO ES:

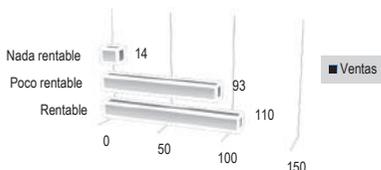


GRAFICO 6 SU EMPRENDIMIENTO ES
 FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)
 ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

Con respecto al estudio las condiciones de emprendimiento y empresarialidad en la Región Amazónica y la pertinencia de la Carrera de Ingeniería Empresarial y Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca sede Macas, en la pregunta sobre que restable es su emprendimiento, se determina que de los 217 encuestados en los cantones de Mera y Santa Clara, las cifras de emprendedores cuyos negocios son Poco rentables o Nada rentables es muy próxima a los emprendimientos Rentables, ya que el orden de los

resultados es el siguiente, emprendimientos Rentables con un 51%, seguido de los Poco rentables con el 43%, finalmente los Nada rentables con un 6%.

7. ¿CUÁNTO TIEMPO ESTA SU EMPRENDIMIENTO EN EL MERCADO?

¿CUÁNTO TIEMPO ESTA SU EMPRENDIMIENTO EN EL MERCADO?		
1-2 años	48	22%
3-5 años	116	53%
6-10 años	43	20%
11-a más años	10	5%
Total de Respuestas	217	100%

TABLA 7 CUANTO TIEMPO ESTA SU EMPRENDIMIENTO EN EL MERCADO
 FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)
 ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

14. ¿CUÁNTO TIEMPO ESTA SU EMPRENDIMIENTO EN EL MERCADO?



■ 1-2 años ■ 3-5 años ■ 6-10 años ■ 11-a más años ■

GRÁFICO 7 CUANTO TIEMPO ESTA SU EMPRENDIMIENTO EN EL MERCADO
 FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO (ENCUESTA APLICADA A LOS EMPRENDEDORES DEL CANTON MERA Y SANTA CLARA)
 ELABORADO POR: (CRISTINA SALINAS, DANIELA ZAPATANGA)

Con respecto al estudio las condiciones de emprendimiento y empresarialidad en la Región Amazónica y la pertinencia de la Carrera de Ingeniería Empresarial y

Administración de Empresas de la universidad católica de Cuenca sede Macas, en la pregunta sobre ¿Cuánto tiempo esta su emprendimiento en el mercado?, se determina que de los 217 encuestados en los cantones de Mera y Santa Clara, la mayoría de negocios tienen de 3 a 5 años, quedando los resultados finales de la siguiente manera, emprendimientos de 3 a 4 años con un 53%, seguido de los negocios de entre 1 a 2 años con el 22%, a continuación, los negocios de 6 a 10 años con un 20%, finalmente los negocios de 11 a más años con el 5%.

3. Resultados

Los resultados que arrojaron las encuestas fueron regulares debido a que la mayoría de personas solo tenían terminada la primaria y el motivo por el cual habían iniciado sus emprendimientos fue por la falta de empleo, como si eso fuera poco algunos negocios no arrojan muchas ganancias y otros hasta pérdidas, algo que es muy penoso ya que hay muchas personas que tienen situaciones similares y que no han iniciado sus negocios por falta de financiamiento o por falta de motivación por parte de los dirigentes de la localidad

4. Conclusiones

- Concluyendo las encuestas y tabulándolas se ha determinado que las personas que han decidido emprender en su mayoría son de género masculino con un 56% pero el género femenino no se ha quedado muy atrás ya que son un 44%, la edad no importa mucho al mo-

mento de emprender, hay emprendedores de todas las edades desde los 18 años y 43 a más.

- La mayoría de emprendedores no cuenta con títulos universitarios sin embargo eso no ha sido un obstáculo al momento de plantearse un objetivo, la falta de empleo también ha sido un factor clave al momento de emprender, esto ha llevado a las personas a buscar soluciones y maneras de salir adelante, ellos piensan que no es una buena idea tener socios en un emprendimiento ya que es un problema tal vez la falta de entendimiento o tener pensamientos diferentes sobre el negocio.
- Más de un 80% de los emprendedores solo tienen 2 o 3 trabajadores ya que ellos mismo administran el negocio, el comercio ha sido una buena forma de salir adelante, pero la economía está cada vez más baja esto ha llevado a que algunos emprendedores cierren su local o hagan mucho menos de lo que hacían años atrás, un 43% de emprendedores dice que su emprendimiento es poco rentable y esta cifra sigue incrementando a medida que pasa el tiempo, esta cifra es un tanto preocupante porque podemos observar que la baja economía del país ya está afectando a los pequeños y grandes emprendimientos, algunos negocios ya tienen más de 11 años y en sus tiempos los dueños tenían un buen ingreso, pero ahora poco a poco han ido bajando las ventas.
- A pesar que las personas consideran que el emprendimiento es para crear

fuentes de empleo la economía está bajando tanto que las personas han buscado la manera de gastar menos en empleados y ellos mismo se encargan de atender su local ya que con esto ahorran y les queda un poco de rentabilidad.

Agradecimientos

El presente trabajo va dirigido con una expresión de gratitud a nuestros padres que han sabido apoyarnos en todo momento y siempre han estado incentivándonos a seguir adelante, enseñándonos el valor del estudio y que todo esfuerzo tiene su recompensa, agradecemos a Dios por darnos salud y la capacidad para poder luchar por nuestros sueños y objetivos, también queremos agradecer a nuestros queridos docentes que con paciencia y dedicación han sabido enseñarnos y guiarnos en todo lo que este a su alcance para realizar trabajos de calidad, por incentivarnos a realizar este tipo de trabajo y decirnos que si podemos lograrlo, agradecemos a todas las personas que aportaron con su granito de arena para que nosotros hagamos nuestro mejor esfuerzo .

Conflicto de intereses

Todos los interesados e implicados en la construcción de este artículo científico estamos totalmente de acuerdo con todos y cada uno de los puntos establecidos anteriormente, la falta de conocimiento acerca de la empresarialidad no permite a la gente desarrollarse en el mercado como quisieran, y es la misma falta de saberes que los conllevan a no tener las utilidades que

esperan, se nota un carecimiento de sociedades, hoy en día nadie se arriesga a tener un socio ya que no les va bien ni siquiera de manera individual, por lo que creemos pertinente planear posteriores capacitación a los sectores ya antes visitados.

Referencias

- (2013). Obtenido de Definiciones: <https://definicion.de/negocio/>
- Economía . (2010). Obtenido de <https://economianivelusuario.com/2013/05/21/que-es-emprender/>
- Significados. (2012). Obtenido de <https://www.significados.com/emprendimiento/>
- Universidad Santo Tomás. (s.f.). Obtenido de http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/blancapena_enfasis1economiasolidaria1/empresarialidad.html
- de, D. (2008). Definición de investigación . Obtenido de <https://definicion.de/investigacion/>
- Glosario de Contabilidad. (2014). Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-empresa>
- Hortal, P. (2015). No tengas miedo de hacerlo mejor. Obtenido de <http://pauhortal.net/blog/que-es-la-empleabilidad/>
- Tomás, U. S. (2005). Obtenido de http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/blancapena_enfasis1economiasolidaria1/empresarialidad.html
- Ángeles. (2009). Uncomo. Obtenido de <https://educacion.uncomo.com/articulo/como-escribir-una-metodologia-de-la-investigacion-456.html>
- Sinnaps. (s.f.). Metodología de un proyecto . Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-de-un-proyecto>
- Galindo, S. M. (2012). La problematización en la investigación científica. *Revista Varela. Enseñanza de la historia.* (2002). *Histodidáctica.*

*Research for the creation of
Pladel Institute for the integral
development of children
and young people in the city
of Riobamba, province of
Chimborazo*

Investigación para la creación de Pladel Instituto de desarrollo integral de niños y jóvenes en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo

AUTOR: K. A, Valencia Trujillo¹, L.G, Ordoñez Altamirano², E.A, Ordoñez Altamirano³

1. Dpto. de Facultad de Administración de Empresas.
Escuela superior Politécnica de Chimborazo

RESUMEN

Este proyecto, fue realizado por un grupo de estudiantes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, tiene como propósito, dar solución al desempleo juvenil conociendo que este indicador ha crecido significativamente, ideamos PLADEL un Instituto que creara empleo para profesionales, egresados y personas que presten servicios de limpieza, alimentación y transporte, ayudando a niños y jóvenes de 5 a 16 años, en la búsqueda de su desarrollo integral, con herramientas necesarias para que se desenvuelvan en la sociedad y adquieran competencias, erradicando el maltrato psicológico y físico que reciben por parte de sus padres, para iniciar contrataremos a 135 personas para nuestros 3 centros, en 6 meses con alrededor de 11 centros emplearemos a 720 personas, logrando al año 1215 trabajos a nivel nacional, hasta llegar a Internacionalizarnos. Pronosticamos que en el primer año nuestros ingresos superaran nuestras expectativas, entregando una remuneración que les permita vivir y desarrollarse dignamente. El método de Investigación científica que utilizamos es el descriptivo, y la técnica de recopilación de información de acuerdo a estadística según el INEC, nos entrega datos eficientes sobre el mercado al que estamos dirigiéndonos, concluyendo que seremos demandados por la población.

RESUMEN

This project was carried out by a group of students from the Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, whose purpose is to solve youth unemployment knowing that this indicator has grown significantly, we designed PLADEL an Institute that created employment for professionals, graduates and people who provide cleaning services, food and transport, helping children and young people from 5 to 16 years old, in the search of their integral development, with necessary tools so that they develop in society and acquire skills, eradicating the psychological and physical abuse they receive part of their parents, to start we will hire 135 people for our 3 centers, in 6 months with around 11 centers we will employ 720 people, achieving 1215 jobs a year nationwide, until we get to Internationalize. We forecast that in the first year our income will exceed our expectations, delivering a remuneration that allows them to live and develop with dignity. The method of scientific research we use is descriptive, and the technique of collecting information according to statistics according to the INEC, gives us efficient data on the market we are addressing, concluding that we will be sued by the population.

Palabras claves:

sociedad, desempleo, instituto, ayuda a niños, investigación.

Keywords:

society, unemployment, institute, help to children, research.

1. Introducción

Entre 1997 y 2017, la población joven aumentó en 139 millones de personas, mientras que la fuerza de trabajo juvenil disminuyó en 35 millones de personas. Esta dinámica también está reflejada en una proporción decreciente de jóvenes en la fuerza de trabajo mundial, la cual pasó de 21,7 por ciento en 1997 a 15,5 por ciento en 2017. Lo que quiere decir que la tasa de participación juvenil en la fuerza de trabajo ha disminuido considerablemente en los últimos 20 años, en el 2017 se estima que 70,9 millones de jóvenes están desempleados a nivel mundial, estimando la tasa de desempleo juvenil en 13,1 por ciento. En los países de la OCDE, cerca del 18 por ciento de los jóvenes desempleados llevan un año o más sin trabajar, los últimos datos muestran que el 76,6 por ciento de los jóvenes que trabajaban lo hacen en empleos informales. El 16,7 por ciento de los jóvenes que trabajaban en las economías emergentes y en desarrollo viven por debajo del umbral de extrema pobreza de 1,90 dólares americanos por día. La mayor parte de los flujos migratorios e internacionales están compuestos por jóvenes. Entre hoy y 2030, 25,6 millones de jóvenes trabajadores de entre 15 y 29 años ingresarán a la fuerza de trabajo y necesitarán empleos (1)

El desempleo es un fenómeno social, que provoca afectaciones dentro de la sociedad, incrementa cuando la economía de un país enfrenta problemas económicos, este indicador crece y aqueja a los diferentes actores económicos, en especial a las familias siendo los jóvenes los más afectados. El desempleo es una vivencia en la actualidad, y no se ve reflejada solo por la situación económica de un país sino, por otros factores

como la experiencia laboral, las capacitaciones, los títulos universitarios y las diferentes competencias que las empresas buscan encontrar en sus empleados.

Según las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el país existen 338 577 personas en el desempleo. De estas, el 38,9% tiene entre 15 y 24 años de edad. La falta de experiencia sigue siendo la principal barrera para que hallen trabajo, incluso si son profesionales y ya cuentan con un título universitario. (2)

De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), uno de cada siete jóvenes a escala mundial (12.9%) están desempleados, y en los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) este porcentaje se eleva a más de 16%. Cabe destacar que este dato también varía en relación con el porcentaje total de jóvenes que viven en los países, y que en Europa hay menos proporción de jóvenes que en naciones de África, Asia o América Latina. Asimismo, el porcentaje también cambia en cuanto a género. (3)

Si miramos la realidad del desempleo podríamos decir que es hora de enfocarnos, en buscar soluciones para erradicarlo, centrándonos en las necesidades que tienen las personas por satisfacer sus necesidades, solo así podremos desarrollar ideas de negocio que ayuden a los jóvenes que se encuentran en la población económicamente activa, a encontrar un trabajo digno donde puedan desenvolver sus competencias.

Sin embargo, creamos Pladel un Instituto que fomentara empleo para profesionales egresados y otros servicios que se irán creando mediante el desarrollo de este, es-

tará enfocado en ayudar a niños y jóvenes, a desarrollarse integralmente, ya que según una investigación en los últimos años muestra que el 62 por ciento de niños/as sufren de maltrato psicológico y físico por parte de sus padres y tutores, por disciplinarlos en su comportamientos y aprendizaje. Y las consecuencias que conllevan son muchas veces drásticas porque crean en ellos problemas como el estrés, el sobrepeso, la ansiedad, la baja autoestima, y puede llevar a la depresión.

Está científicamente comprobado la existencia de diferentes modelos de aprendizaje, sin embargo, nuestra cultura no nos ha permitido poder desarrollar los, porque nos regimos al modelo educativo existente de nuestro país subdesarrollado, que pone barreras mentales a enfrentar de otra manera estos problemas, conociendo que es la investigación y la tecnología, el fenómeno global mundial que generara nuevos cambios, haciendo que niños y jóvenes, no estén preparados para adaptarse a ellos. Por su parte los padres muchas veces por sus obligaciones laborales, no cuentan con el tiempo necesario para poder dar el acompañamiento que sus hijos/as necesitan, o simplemente desconocen que todos somos diferentes y que cada persona debe desarrollar su modelo de aprendizaje, porque esto le permitirá abrirse a los campos de conocimientos, y poder adquirir nuevas competencias, ya que ellos serán el futuro mercado laboral mundial, y si nos damos cuenta esto ayudara en el futuro a erradicar el desempleo.

La primera infancia es fundamental para la actual fuerza laboral productiva, así con para el futuro éxito de las acciones, debemos crear programas que puedan encaminar a niños y jóvenes a encaminarlos hacia

el éxito académico, profesional y en su vida personal, que a temprana edad vayan adquiriendo características que más valoran las empresas, como la capacidad para comunicarse o comunicarse eficazmente, logrando que tengas vidas satisfactorias y contribuyan a las economías de todo el mundo. Los datos indican que los programas para la primera infancia pueden tener un impacto profundo. Un Informe de 56 estudios realizados en 23 países describió los efectos en la salud, la educación, la capacidad cognitiva y el desarrollo emocional, es decir según la investigación a cabo plantea que el retorno de la inversión en la primera infancia es incluso más elevado que el del mercado bursátil entre la Segunda Guerra Mundial y 2008. (4)

2. Materiales y Métodos.

El método de investigación científica que utilizamos es el descriptivo, puesto que aquí se explica la situación actual de los padres de familia y sus hijos, se determina los fenómenos que se pueden producir en los consumidores de este tipo de mercado.

Se utilizó la metodología cualitativa-inductiva con el fin de poder comprender en su totalidad a la población objetiva, teniendo en cuenta todas las cualidades considerándolas como un todo.

2.1. Técnicas de investigación

Para poder recolectar la información deseada, utilizamos técnicas de campo y técnicas de documentación lo que permite que exista un contacto directo con el mercado objetivo, es decir, se realiza en el medio donde se representa la situación de estudio. Las herramientas de investigación que se utilizaron fueron la entrevista.

2.1.1. La entrevista

La entrevista permite recopilar información la cual se puede realizar una conversación para obtener información relevante acerca del tema. (6)

Con el fin de descubrir el impacto positivo o negativo se utilizó un método de encuesta cualitativa rápida “focus group”.

Se utiliza la herramienta del focus group con el objetivo de investigar, analizar y poder conocer los pensamientos, percepciones y la conducta de los consumidores acerca de un servicio nuevo. (6). Se realizó un focus group de cinco personas de entre las cuales hay madres con mayor experiencia en el cuidado de los niños (abuelas) y madres jóvenes que recién están formando sus hogares, es decir, dos grupos de madres con mentalidades diferentes que pueden aportar sobre el tema a tratarse.

Al principio vieron un poco extraño el hecho de dejar a sus hijos tan sólo unas horas, en el Instituto presentaban un poco de desconfianza pero, a medida que iba transcurriendo la conversación tocaron más temas al respecto.

Mencionaron que no dejarían a sus hijos a la primera vez que vean dicho centro, desearían primero conocer el lugar, saber si las personas encargadas son las adecuadas para su cuidado, si contarán con la extrema seguridad del caso, si existirán medidas de control, en pocas palabras generar confianza otras madres de familia consideraron que este tipo de centro si es muy necesario porque los niños después de salir de sus escuelas, no tienen actividades en su hogar que no les permite desarrollarse, puesto que a muchos de ellos no les gustan los deportes o los diferentes tipos de expresión artísti-

ca, por lo que si era necesario un cambio de ambiente donde sus hijos puedan realizar actividades diferentes que les permitan desarrollar su creatividad. Al final pudieron concluir en que sería una buena idea y que ellas si dejarían a sus hijos en el Instituto.

Con el objetivo de obtener respuestas más claras y de forma personalizada acerca de los problemas que se pueden presentar al tener un negocio como este, se realizó entrevistas a personas vinculadas con este tipo de negocios, los cuales compartieron sus conocimientos. Se les pregunto sobre sus experiencias en este tipo de trabajo, ya que cuando empiezan a contar sus propias historias de vida, se puede examinar mayores detalles que haciendo preguntas concisas y concretas. Para finalizar las entrevistas concluyeron que para que una persona cree un instituto de desarrollo necesita de mucha paciencia y perseverancia, estar rodeada por un personal adecuado, mantener buenos hábitos de aseo e higiene, considerar la seguridad de los niños y jóvenes, contar con un material apropiado, y obtener los programas adecuados para su enseñanza.

Los métodos de observación y entrevista utilizados ayudo a determinar las necesidades, expectativas y requerimientos del servicio que las familias demandan para el bienestar de sus hijos.

2.1.2. Recopilación de Información.

Para poder determinar la demanda es necesario conocer el número de niños habitantes del Ecuador, los cuales menores de dieciocho años de edad (2.739.989 varones y 2.657.150 mujeres) corresponde al 41% de los 14'483.499 habitantes de la nación Censo poblacional 2010. (2)

Mediante el censo del 2010 en la provincia

de Chimborazo, los resultados muestran que el mayor número de población en dicha provincia se concentra entre las edades de 10 a 14 años. “Tabla 1”, teniendo una población total de 174.766. (2)

De acuerdo a las estadísticas en la provincia el nivel de instrucción con el sistema educativo vigente entre niños de 5 a 14 años representa el 95,0 % y los jóvenes de 15 a 17 representan el 77,8 %.

Es importante mencionar que, según la UNICEF, las oportunidades de desarrollo que tendrán los niños y niñas dependen, en buena parte, de los conocimientos, habilidades y actitudes que adquieran durante su tránsito por el sistema escolar. Pero en ciertas ocasiones en sus escuelas sufren maltratos. Los profesores utilizan más medidas coercitivas con los niños/as en edad escolar que con los adolescentes. El triple de niños/as que se educa en el sistema público (11%) ha recibido golpes de sus maestros que aquellos/as que asisten al sistema privado (4%). Por otra parte, El uso de los golpes ahora aparece más en las instituciones educativas de la Costa y Sierra (10%), mientras que en la Amazonía decreció (7%). “Fig. 2”

Las dificultades que enfrentan los jóvenes al pasar de la escuela al trabajo a menudo quedan reflejadas en los siguientes indicadores: los cambios en la tasa de desempleo juvenil a lo largo del tiempo; la tasa de desempleo de jóvenes comparado con la de los adultos; la incidencia del desempleo de larga duración entre jóvenes; la proporción de jóvenes que no participan en el empleo; ni en la educación o formación; el tiempo que se requiere para encontrar el primer trabajo; y la duración de la transición hacia un trabajo luego de concluir los estudios o de haber

tenido un primer empleo. (1)

El desempleo con instrucción y en particular de los graduados en educación superior se han aducido a diversas razones porque se debe al deterioro de la calidad de la Educación Superior y a la degradación de los títulos obtenidos o tiene que ver con el equilibrio inexistente entre la oferta y la demanda de las competencias profesionales y con la falta de comercialidad de las competencias adquiridas puesto que los modelos de crecimiento económico de los países especialmente de América Latina no generan en tipo de trabajo de buena calidad que pudieran ajustarse a los niveles de calificación o a las aspiraciones que sean de los jóvenes. Otra de las causas también podría ser que en la actualidad se exige que las Instituciones de Educación Superior formen en los años de estudio personas competentes; lo que condiciona la formación del profesional e impone vincularse con el campo profesional o de desempeño social, porque la sola ejercitación de académica y la adquisición de conocimientos no garantizan dominio y pericia en las competencias profesionales, aún menos si esta información se hace por asignaturas o disciplinas aisladas sin un hilo integrador que permita aprehender la complejidad e interrelaciones de funciones y sistemas propios del ejercicio profesional y social (5)

Conforme a las estadísticas del Ecuador el 83% de la población corresponde al estrato económico medio, por lo que el mercado objetivo serían los padres de familia, estos pueden ser casados, unidos, solteros o divorciados. (2) “Tabla 3”.

También hay que considerar que el 28% de los desempleados en junio pasado tenía es-

tudios de tercer nivel, según el INEC. Y el 39% de las personas sin trabajo tenía entre 15 y 24 años.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente se puede constatar la población total según proyecciones del 2010 al 2018 muestra un total de 515.417 aproximadamente, en donde el 105.007 corresponde a la población de edad entre 5-9 y de 10 a 14 años lo que corresponde al 20.37%. El número de niños cuidados en centros infantiles ya sean públicos o privados representan el 14.9%, lo que concierne a 6000 niños y adolescentes que se convertirían en la demanda.

3. Resultados y Discusión

Mediante el estudio realizado y los métodos aplicados, podemos concluir que nuestros servicios podrían ser demandados, ya que los resultados obtenidos muestran que los indicadores que compete a nuestra demanda si sobrepasaría el número de consumo. Es importante mencionar que no hemos encontrado estudios previos, ya que el mercado Riobambeño se encuentra marcado en diferentes disciplinas como; básquet, expresiones artísticas, idiomas, entre otros. Y nuestro proyecto está enfocado en la búsqueda del desarrollo integral de niños y jóvenes a través de diferentes modelos de aprendizaje.

Los estudios realizados en base al INEC muestra, que la población de demanda existe, pero la institución es la que debería tener la competencia de aplicar los canales y medios de distribución, necesarios para darse a conocer en el mercado, captar la atención de la gente, y crear medios y técnicas para fomentar las buenas practicas dentro de la organización como fuera de ella, cumpliendo con lo que la sociedad espera.

También consideramos que incentivar el desarrollo de actividades educativas extra-curriculares, deben ir de la mano con las actividades escolares que practican todos los días, puesto que promueven el desarrollo de los niños y jóvenes, en habilidades sociales y emocionales, para que aumenten sus competencias, lo que les permitirá en el futuro lograr obtener un empleo en donde se sientan realizados, y puedan desenvolverse en cualquier ambiente de la sociedad.

4. Conclusiones

El servicio de un Instituto de desarrollo Integral para niños y jóvenes es nuevo en el sector, por lo que existe una buena oportunidad de negocio. Esto permitirá ofrecer varias alternativas de servicio como métodos de enseñanza, desarrollo personal, creatividad, en un ambiente de respeto, innovación y diversión evitando la monotonía.

Debemos mencionar que la investigación realizada desde el punto económico financiero, la inversión es muy fluctuante en demanda y precio al momento de disminuir los ingresos. Para esta situación se deberá plantar estrategias para poder obtener un mayor mercado que permita llegar al punto de equilibrio y no ocasionar una baja de ingresos que no compensarían los costos de producción.

Se realizó un estudio con las técnicas de investigación, donde se pudo determinar la demanda que existía en el sector, para la prestación del servicio, el cual tiene un buen mercado para emprender el negocio, aplicando estrategias claras para cumplir con los objetivos.

El segmento al que está dirigido PLADEL, Instituto de desarrollo integral para niños y jóvenes, corresponde a los padres de familia

que tengan niños con edades entre 5 a 10 y preadolescentes de 11 a 14 de edad, que habiten en Chimborazo, cantón Riobamba.

Al aportar en el ámbito social y económico con la apertura del Instituto, se crearan nuevas fuentes de empleo, con una remuneración permanente y considerable, permitiendo el desarrollo de la comunidad y a la vez de los niños y jóvenes.

Los resultados obtenidos después de la realización de este proyecto nos muestra que los indicadores que se encuentran relacionados directamente en el funcionamiento del mismo, maltrato infantil, como son desempleo juvenil y población.

La investigación también permite concluir que la creación del instituto es importante para las personal que incluyan el equipo de trabajo y ejecución, ya que permitirá cambiar la ideología hacia los nuevos métodos modernos de educación, además de palpar los alcances y limitaciones que se presentar entorno al círculo de la educación y desempleo.

Agradecimientos

El proyecto y la realización de esta investigación nos llevaron casi dos meses. Fue un trabajo de dedicación y exigió los esfuerzos de nosotras como equipo. Deseamos agradecer especialmente a:

Primero a Dios por permitirnos el día más de vida y la realización de esta investigación.

A nuestras familias por la comprensión dispuesta para cada una de nosotras, siempre nos animaron a hacer bien las cosas, confiaron siempre en nuestras capacidades y en los momentos de desaliento nos apoyaron.

A todos nuestros amigos quienes siempre estuvieron dispuestos a responder nuestras

dudas, nos brindaron con generosidad sus conocimientos, aportaron ideas y opiniones que enriquecieron nuestro proyecto.

También agradecemos al Ingeniero José Fernando López, ya que su conocimiento y técnicas que expuso nos permitió tener una guía para realizar el trabajo.

Y a todos los que nos prestaron ayuda, comprensión y tiempo en el estudio realizado.

Referencias

OIT Tendencias Mundiales del Empleo Juvenil 2017. [Internet]. 2018 [citado 2017]; Disponible en: https://www.ilo.org/global/research/global-reports/global-employment-trends/WCMS_598679/lang-es/index.htm

INEC Instituto Nacional de Estadística y Censo [Internet] 2018 [citado 2017]; Disponible en: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

OIT Organización Internacional de Trabajo [Internet] 2018 [citado 2017]; Disponible en: <https://www.ilo.org/global/lang-es/index.htm>

P. Scott Ozanus. BIRF. AIF Grupo Banco Mundial [Internet]. 2018 [citado 2017]; Disponible en: blogs.worldbank.org/voices/es/la-primera-infancia-como-base-de-la-fuerza-laboral-del-futuro

Andión, M. Sobre la calidad en la Educación superior. Una visión cualitativa. Revista Rencuentro, [Internet]. 2018 [citado 2007] 50(1), 83-92 Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34005011>

Pacheco M. Proyecto de emprendimiento de una guardería infantil en centro comercial "CHIQUEHOUSE". [Internet]. Guayaquil. [2014; citado 12 de noviembre de 2018]. Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1039/1/T-UCSG-PRE-ECO- GES-31.pdf>

UNICEF. [Página principal en internet]. Ecuador. Avilés. (2012), [Acceso 6 de noviembre de 2018]. Disponible en: <https://>

www.unicef.org/ecuador/children.html

Montalvo Reyna, J., Espinosa Salcido, M. R., & Pérez Arredondo, A. (2012). Análisis del ciclo vital de la estructura familiar y sus principales problemas en algunas familias mexicanas. Obtenido de Alternativas en psicología, <http://alternativas.me/index.php/numeros/28/15-numero-28-febrero-julio2013/37-7-analisis-del-ciclo-vital-de-la-estructura-familiar-y-sus-principales-problemas-en-algunas-familias-mexicanas>

INEC, [Página principal en internet]. (2010). Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Obtenido de Fascículo provincial Chimborazo: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manulateral/Resultados-provinciales/chimborazo.pdf>

INEC, [Página principal en internet]. (s.f.). Población y demografía. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Luengo del Pino, M. C. (2011). Las capaci-

dades y habilidades de los niños. Obtenido de www.guiainfantil.com/1098/las-capacidades-y-habilidades-de-los-ninos.html

Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES). (s.f.). Trámites ciudadanos. Obtenido de <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec>

Ministerio de Inclusión Económica y Social. (09 de Abril de 2013). Centros infantiles deberán cumplir con procesos de acreditación para su funcionamiento. Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/11253/>

Winship, R. (s.f.). Cuidar niños en casa vs. Guarderías. Obtenido de eHow en español: http://www.ehowenespanol.com/cuidar-ninos-casa-vs-guarderias-sobre_117842/

Posso, M. (17 de Julio de 2013). El Código de la Niñez y Adolescencia. Revista Judicial derechoecuador.com. Psicomotricidad Infantil. (2012). Psicomotricidad Infantil. Obtenido de <http://www.psicomotricidadinfantil.com/index.html>

Anexos

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	956	3,2%	340	0,1%
De 90 a 94 años	1.154	3,5%	1208	0,2%
De 85 a 89 años	2.204	7,0%	2398	0,5%
De 80 a 84 años	2.916	9,2%	3488	1,2%
De 75 a 79 años	6.031	19,0%	7.742	1,7%
De 70 a 74 años	8.520	27,1%	10.388	2,2%
De 65 a 69 años	10.507	33,0%	13.309	2,9%
De 60 a 64 años	12.100	37,0%	14.889	3,2%
De 55 a 59 años	14.882	45,2%	17.430	3,8%
De 50 a 54 años	17.676	53,9%	18.380	4,1%
De 45 a 49 años	17.175	51,3%	21.397	4,7%
De 40 a 44 años	15.042	45,0%	23.061	5,0%
De 35 a 39 años	21.603	64,8%	25.035	5,7%
De 30 a 34 años	39.466	117,9%	38.467	8,5%
De 25 a 29 años	22.735	68,5%	34.485	7,5%
De 20 a 24 años	32.777	98,1%	40.231	8,8%
De 15 a 19 años	41.640	123,3%	48.338	10,5%
De 10 a 14 años	40.837	120,3%	50.710	11,1%
De 5 a 9 años	50.420	148,5%	49.074	10,7%
De 0 a 4 años	40.235	118,0%	43.284	9,5%
Total	400.832	100,0%	405.581	100,0%

Tabla 1. Población por rango de edad en la Provincia de Chimborazo (INEC, 2010)

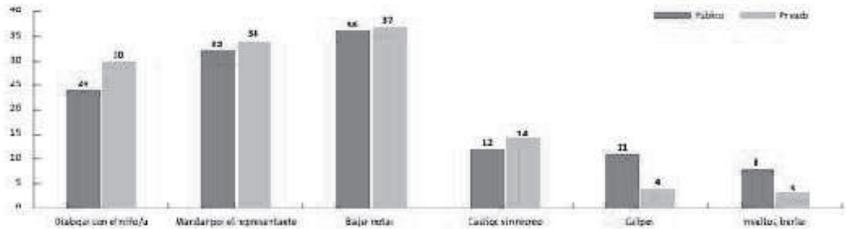


Fig. 1. Porcentaje de niños que sufren maltrato. (UNICEF, 2010)

Estado Conyugal	Total	Hombre	Mujer
Casado	159.697	48,4%	44,8%
Soltero	129.482	39,5%	36,1%
Unido	22.313	6,7%	6,3%
Viudo	18.117	2,7%	7,6%
Separado	7.227	1,5%	2,7%
Divorciado	6.825	1,3%	2,6%

Tabla 2. Mercado objetivo (INEC, 2010)

Shared Economy through the technological transformation of the retail model

Economía Compartida a través de la transformación tecnológica del modelo retail

AUTOR: Mariela Arévalo¹, María Elena Espín², Danny Guevara³, Ana Ñacato⁴, Giovanni Ron⁵

1. 2. Carrera de Finanzas. Facultad de Administración de Empresas. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. E-mail: mari7790@hotmail.com, helenmayesp@yahoo.es.
3. 4. Electrónica. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. E-mail: dannyj_78@hotmail.com; ana.nacato@outlook.com
4. Biofísica. Facultad de Ciencias. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. E-mail: giovanniron23@gmail.com

RESUMEN

En la actualidad la economía compartida ha revolucionado el modelo de negocio clásico para la oferta y demanda de productos, bienes y servicios, con esta tendencia se ha dado lugar también a una revolución tecnológica que ha redefinido varias industrias consideradas tradicionales y lo que es mejor cubrir segmentos poco atendidos, con mejores costos y de forma personalizada. Esta personalización no podría realizarse sino es a través de una conjugación de un modelo de negocio paralelo que identifique y diversifique los productos que necesitan sus demandantes, al mismo tiempo que haga uso de herramientas tecnológicas que contribuya a la rapidez y responda a nuevas necesidades originadas en un cúmulo de ventajas que presenta la aplicación de la tecnología. En este trabajo investigativo se analiza y define la economía colaborativa y el cambio de tendencias del sector retail como un generador de valor a través de su transformación tecnológico con el objetivo principal de identificar tendencias específicas que pueden posicionar al modelo entre los factores claves de crecimiento para los diferentes segmentos de la economía. A través de un enfoque cuali- cuantitativo, con una metodología a través del modelo retail y un método de análisis y síntesis.

RESUMEN

Currently the shared economy has revolutionized the classic business model for the supply and demand of products, goods and services, with this trend has also led to a technological revolution that has redefined several industries considered traditional and what is best to cover segments little attended, with better costs and in a personalized way. This personalization could not be done but through a conjugation of a parallel business model that identifies and diversifies the products that its claimants need, at the same time that it makes use of technological tools that contribute to the speed and respond to new needs originated in an accumulation of advantages presented by the application of technology. In this research work, the collaborative economy and the changing trends of the retail sector are analyzed and defined as a generator of value through its technological transformation with the main objective of identifying specific trends that can position the model among the key growth factors for the different segments of the economy. Through a qualitative-quantitative approach, with a methodology through the retail model and a method of analysis and synthesis.

Palabras claves:

Economía compartida, plataformas online, modelo retail.

Keywords:

Shared economy, online platforms, retail model.

1. Introducción

A nivel mundial, cada vez existen más personas que se sienten atraídas por el concepto y los beneficios de una “economía compartida”, también conocida como consumo colaborativo, se define como el uso de la tecnología para que personas (individuales o jurídicas), encuentren nichos de mercado para conectar a quienes están buscando productos o servicios en el momento y que tienen la capacidad de pagar por la renta o contratación, por un periodo determinado, con aquellos que tienen el producto y están dispuestos a rentarlo o poner a su servicio. Sin embargo, el concepto es mucho más amplio de lo que parece en un principio. Dentro del propio sistema de colaboración, también denominado «sharing economy, gig economy, economía bajo demanda, economía del procomún, capitalismo basado en las masas, economía de plataformas, economía de los pares, economía del alquiler», existen varios tipos de relaciones que varían en función de las necesidades y los productos:

Consumo colaborativo: Utiliza plataformas digitales a través de las cuales los usuarios se ponen en contacto para intercambiar bienes o artículos, casi todos de forma gratuita y altruista.

Conocimiento abierto: Son todas aquellas modalidades que promueven la difusión del conocimiento sin barreras legales o administrativas. Pueden presentarse en el día a día o a través de plataformas in-

formáticas a las que acuden usuarios con necesidades.

Producción colaborativa: Se trata de redes de interacción digital que promueven la difusión de proyectos o servicios de todo tipo. La diferencia con los dos modelos anteriores es que lo que se ofrece también se produce en el seno de estas células.

Finanzas colaborativas: Microcréditos, préstamos, ahorros, donaciones y vías de financiación. Los usuarios se ponen en contacto para satisfacer necesidades en cualquiera de estos aspectos. El mejor ejemplo está en el crowdfunding, modelo de financiación para aquellos que deseen aportar capital a ciertas iniciativas de varias veces sin ningún interés.

Según Sundararajan (2016, págs. 26-27) la sharing economy está definida por cinco características propias:

- Se basa en la creación de mercados para el intercambio de bienes y la prestación de nuevos servicios.
- Abre nuevas oportunidades para un mejor aprovechamiento de la capacidad de los recursos.
- Se basa en redes de masas en vez de en instituciones centralizadas o jerárquicas.
- Difumina las líneas de separación entre lo personal y lo profesional.
- Suaviza las líneas divisorias entre el trabajo a tiempo completo y el trabajo esporádico, entre el trabajo dependiente y el autónomo, entre el trabajo y el ocio.

De esta manera, los beneficios principales estarían enfocados en:

- i. Ahorro, puesto que la mayoría de productos o servicios que se ofertan en este sistema tienen precios módicos o incluso simbólicos por el valor que realmente tienen;
- ii. Desarrollo sostenible, ya que estimula el uso constante o el segundo uso de los productos, lo que aboga al consumo moderado y de sólo lo necesario;
- iii. Gestión de recursos, donde el principio fundamental es que si a alguien sirve una cosa, lo más probable es que a otra también, entonces por qué no compartirla, sea el producto físico o la información de un prestador de servicios;
- iv. Mayor oferta, el mercado se torna infinito para el uso de productos y amplían la oferta de mercados tradicionales; v) beneficio medioambiental, la reutilización y los servicios compartidos son una forma positiva de contribuir con el cuidado y la sostenibilidad de los entornos; vi) fortalecen los vínculos entre las personas y las comunidades en las cuales viven (Bará, 2017).

Prueba de esto es que nos encontramos en un escenario donde las APPs de economía colaborativa están en auge, como AirBnB, Uber o Wallapop, grupos convertidos en emporios y modelo de negocio ejemplificado para nuevos sectores de la economía.

Uno de los sectores más dinámicos y en constante evolución es la prestación de servicios a través de canales on line,

donde suele entenderse por servicio a un cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus clientes. De este modo, el servicio podría presentarse como un bien de carácter no material. Originándose que, quienes ofrecen servicios no acostumbran hacer uso de un gran número de materias primas y poseen escasas restricciones físicas. Asimismo, hay que resaltar que su valor más importante es la experiencia de llegada, colocación y posicionamiento de su mercado.

En este sentido la economía compartida logra el repunte de sus actores debido a la facilidad y utilización mínima de recursos que logra poner en marcha una nueva idea de negocio, fomentando considerablemente el emprendimiento, dando lugar a nuevos modelos de negocio y a soluciones innovadoras que permiten distribuir mayormente la riqueza y además lograr que cada quien emprenda su pequeño negocio e ingrese a su dominio una cantidad considerable de recursos haciendo aquello que sabe cómo hacerlo, lo hace bien y disfruta en su labor. De acuerdo a la OCDE (2015) la economía compartida crecerá en 2019 un 20%, con 5.5 billones de dólares estimados en ingresos, además de los ingresos substanciales que reciben cada una de las empresas intermediarias entre compradores y vendedores.

Con esta economía compartida el cambio que se realiza día tras día en los modelos de negocios tradicionales no se ha podido controlar y es que esta cadena de valor que

ofrece las ventajas tecnológicas implementadas para el intercambio comercial, transforma a una condición de uso tecnológico a todos los medios que realizan o están dispuestos en el mercado para conectar a los productores con sus consumidores finales. El retail se entiende como un término inglés usado para definir la venta de productos - al por menor o al detalle- de persona a persona. Este canal de venta al detalle engloba un amplio sector de negocios que va desde supermercados, hipermercados, cadena de farmacias, tiendas de marca, cadena de tiendas de conveniencia y restaurantes, hasta sucursales bancarias, sin olvidar que las mercancías por catálogo también son consideradas retail (Guerrero, 2012); y teniendo en cuenta la transformación tecnológica de este modelo se tiene las ventas por internet que si bien su volumen cada día es mayor, definir las tendencias que se cumplen para que la economía compartida se incremente a través de este modelo, es la razón de ser de esta investigación.

La innegable necesidad de cambio en el modelo de consumo actual nos conduce a pensar en un nuevo concepto de retail, capaz de responder a los problemas y deficiencias que se han hecho presentes en una sociedad obligada a modificar sus hábitos de consumo, basándolos en criterios más sostenibles y conscientes, que puedan dar respuesta a las necesidades actuales.

El crecimiento del consumo en los últimos años ha influido fuertemente en el cambio

climático, la huella de carbono y la desigualdad social: “no puede haber un crecimiento poblacional, económico e industrial ilimitado en un planeta de recursos limitados” (Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., Behrens, 2004). El papel de las empresas en su relación con el planeta y el entorno con sus compradores y sus trabajadores se tiene que plantear desde una nueva perspectiva. Además de la económica, las empresas deben centrar sus esfuerzos en el resto de áreas para adaptarse a los cambios que la sociedad actual demanda y poder así sostener su modelo de negocio.

El retail es un tipo de comercio que se caracteriza por vender al por menor. Lo llevan a cabo aquellas empresas cuyo objetivo es vender a múltiples clientes finales un stock masivo. En oposición al concepto retail, estaría el de venta al por mayor wholesale, que vende grandes cantidades a pocos clientes, típicamente a los propios retailers. Muchas veces aparecen menciones al retail como “sector retail”, así de manera un tanto más abstracta o genérica. Obviamente se refiere a todos los actores implicados en la venta al detalle (O’Shea, 2017).

Se deja claro que un retailer no es privativo ni necesariamente debe estar asociado a un establecimiento. En función a esta característica, que ayudará, a las tendencias de cambio digital para el modelo, se puede diferenciar las clases de retail conocidos en la actualidad.

- Retail offline: aquellos negocios se fundamentan únicamente a la actividad

comercial realizada en tiendas físicas.

- E-Retail: se contrapone al modelo clásico, y se incorpora al internet como canal de ventas.
- Brick and Mortar: se trata del modelo híbrido en el que se combinan las tiendas físicas con la tienda online.

Las principales características del modelo retail van más allá en la venta directa al consumidor final, se destacan también:

- Interacción directa con el usuario final: un feedback inmediato con el cliente supone que la venta se realiza de forma más personal. El vendedor más cerca del comprador. Sin embargo, no se puede olvidar la atención al cliente y el servicio post venta.
- Mayor recurrencia: al tratarse de compras con un volumen pequeño o mediano, suelen repetirse con mayor frecuencia.
- Realización de campañas de marketing y comunicación orientadas a cliente final. Los retailers son los animadores de la publicidad y el marketing (online y offline) desde que el mercado es mercado.

- Compra a volumen, venta al detalle: el “truco” para poder vender a un precio bajo es tan antiguo como el de la negociación para compras de grandes volúmenes a los mayoristas.
- Fuerte dependencia de la logística: de hecho muchos de los retailers de mayor tamaño suelen disponer de sus propios centros logísticos y redes de distribución.
- Marcas blancas: muchos retailers, especialmente las grandes cadenas de supermercados, cuentan con sus propias marcas fruto de esa capacidad de negociación que comentábamos en puntos anteriores.

2. Metodología

A través de un enfoque cuali-cuantitativo, la metodología del modelo retail, se transformó a través de su digitalización, involucrando nueve tendencias con un método analítico - sintético, que incentivó a un nuevo intercambio de bienes, productos y servicios procurando mejorar las condiciones de oferta y demanda del mercado.

Tabla 1.- Tendencias de la Transformación tecnológica para el sector Retail

Tendencias de la Transformación digital para el sector Retail	
Denominación	Detalle
Omnicanalidad	Para el usuario del retail, se define como la vía para que el usuario aproveche todos los canales existentes para comprar
Brick and Mortar	Se trata del modelo híbrido en el que se combinan las tiendas físicas con la tienda online.
Big Data y Fast Data	Los retailers deben usar analíticas de datos para obtener un mayor conocimiento de los hábitos y gustos del usuario.

Retail "as a service"	Los servicios en la nube, unidos al resto de tecnologías, hacen posible el desarrollo de modelos de venta y distribución bajo demanda.
Click & mortar y Click& collect	La compañía online y la recogida de los productos por parte de los clientes en la tienda es una tendencia clara.
IOT (Internet de las cosas)	Es indispensable como herramienta de personalización de la información y las promociones, enfocado al rediseño de las tiendas.
Redes sociales	Pasa de ser una herramienta de márketing para tener presencia a lo largo de toda la cadena de valor y convertirse en la base de un comercio social apoyado en la confianza
Dispositivos y tecnologías en supermercados virtuales	Soluciones de realidad virtual, etiquetas RFID están cada vez más presentes.
Automatización, personalización y recomendación	La integración de las tecnologías permite introducir mejoras en la experiencia del cliente, cambios en los procesos.

Elaboración propia.

3. Discusión

Aunque como se ha analizado a lo largo del trabajo la economía compartida a través de las tendencias sugeridas para transformar tecnológicamente al modelo retail, existen varias dificultades para iniciar el proceso de desarrollo digital planteado, entre estas barreras se pueden identificar las siguientes:

1. Sector con resistencia al cambio por parte de las empresas menos innovadoras: Como otros muchos sectores, el mundo del comercio ha venido funcionando sin demasiados problemas con modelos de negocio tradicionales, aunque siempre muy dependiente del ciclo económico y de la fuerte competencia entre agentes de diferente naturaleza y dimensión. Sin embargo, la

crisis económica, los cambios en las costumbres de los consumidores, el impacto de la tecnología y la llegada al mundo del consumo de jóvenes con notables habilidades digitales ha impulsado cambios disruptivos en el modelo y la forma de desarrollar los negocios, que no todos los retailers son capaces de abordar de la forma y con la velocidad necesarias. La readaptación de sus sistemas, procesos y logística a la lógica de mercado marcan las prioridades para esos retailers rezagados.

2. Los millennials imponen otros modelos de consumo mucho más conectados: Las generaciones más jóvenes han nacido y crecido en un mundo en el que los mensajes, la compartición de fotos y vídeos o el uso de social media son una realidad

cotidiana. Se trata de generaciones de nativos digitales con una menor tendencia a visitar las tiendas y a realizar sus compras por los medios tradicionales. Demandan más y mejores herramientas digitales para buscar y adquirir productos, que además estén integradas en los sistemas de comunicación e interrelación que frecuentan en un entorno de omnicanalidad. Esto supone una presión adicional sobre los retailers que por sus dimensiones o características no puedan avanzar en la transformación digital.

3. Falta de visión estratégica por parte de los directivos y desconocimiento de las ventajas de la digitalización: Como ocurre en otros sectores, sigue existiendo en muchas ocasiones una falta de conocimiento por parte de los retailers o tiendas y de sus directivos y dueños sobre cómo aprovechar las posibilidades de innovación digital y su adecuación a las nuevas demandas del consumidor conectado. Aunque muchos directivos son conscientes de esta problemática y de que el sector del retail es uno de los que se va a ver más afectado por la transformación digital, menos de una cuarta parte de las empresas están tomando medidas proactivas. El resultado es que durante 2015 el sector sólo ha podido materializar el 15% de su valor digital potencial (Cisco, 2016). La digitalización debe ser considerada, no como un gasto, sino como una inversión y como una oportunidad que abre al retailer un nuevo mundo de posibilidades.

4. Escasez de talento y habilidades digitales en las empresas: La cultura en temas TIC de la población en general y de los profesionales del sector del retail no es todavía la que corresponde a una sociedad digital, lo que se deriva en cierta medida de la ausencia de materias sobre habilidades TIC en la educación convencional. Esos conocimientos son hoy necesarios para llevar a cabo la implementación de tecnología, sacar partido a las inversiones y optimizar los procesos y las operaciones. Por ello, para el sector es vital disponer del suficiente talento que permita aprovechar las oportunidades que ofrecen la innovación y la tecnología. Ese talento debe incorporar las habilidades para el uso de las TIC y una cierta visión estratégica para abordar la transformación en el marco global de las organizaciones. Y todo ello sin olvidar la creciente urgencia de talento y habilidades relacionadas con las analíticas de los datos derivados de la relación de los retailers con sus clientes.

5. Bajo nivel de formación medio en temas TIC, lo que dificulta la mejora digital de los negocios: La formación en TIC, según los datos del ONTSI y Fundetec, continúa siendo muy escasa en el sector del comercio minorista, especialmente entre las microempresas (ePyme, 2014). En general, el sector presenta un problema de falta de formación en el mundo de Internet y especialmente en lo que se refiere al e-commerce. Comercios y tiendas que provienen de sectores que nada tienen que ver con las nuevas tecnologías se tienen que formar

en un canal, como es el de las ventas online, que no es el suyo y en el que cada vez tiene más peso la movilidad, a la que también hay que adaptarse. Además, los pequeños retailers piensan que la digitalización supone unos retornos inmediatos vía el incremento de las ventas. Esto no es así y adentrarse en un mundo complejo como es Internet requiere un tiempo y unos conocimientos a los que deben contribuir las acciones de formación, que deben ser orientadas y concretas y no generalistas.

6. Los desarrollos actuales de comercio digital se focalizan en exceso en la perspectiva del retailer e ignoran al consumidor. Una gran parte de las plataformas, soluciones y aplicaciones digitales que han puesto en marcha los retailers están más pensadas desde la óptica de la empresa y se olvidan o tienen poco en cuenta al consumidor. Un ejemplo son las redes sociales que hasta ahora han sido para los retailers un medio de difusión comercial, pero que no incentivan ni una comunicación digital y bidireccional ni una escucha activa de lo que piensan los consumidores. El reto de los retailers es transformar ese entorno digital que ya tienen, y que juega un simple papel de canal de información, venta o contacto, en una parte fundamental de la experiencia de marca para el usuario, lo que requiere herramientas digitales y especializadas para que los consumidores puedan gestionar su propio itinerario de compra.

7. Dificultades inherentes a la compra online de productos que no se pueden tocar o probar. Otra de las barreras que presenta

la transformación digital del sector retail es la dificultad asociada a la compra online de productos o mercancías que no se pueden ver, revisar o probar, sobre todo pensando que el consumidor proviene de una cultura presencial en la que todo eso era posible. Este hecho es particularmente importante en el caso de la moda. Por ello, es necesario aplicar la innovación para que esta barrera no sea un freno a la digitalización del retail. La innovación puede venir por la vía logística (envíos y devoluciones de lo que no interesa o encaja) y, sobre todo, por la vía de la tecnología. Es necesario, por ejemplo, que las marcas o tiendas creen websites y aplicaciones que repliquen lo más posible la experiencia de cliente en las tiendas o que se empleen probadores virtuales y algoritmos que recomienden modelos y tallas. Su grado de sofisticación, lógicamente, irá asociado a su coste, lo que limita su uso a los retailers de mayores dimensiones.

8. La logística sigue siendo la asignatura pendiente de los retailers de ecommerce: Una de las principales barreras que tiene el desarrollo del retail online es la relacionada con la entrega de los productos y mercancías compradas por esa vía. La complejidad y los costes derivados de la logística asociada y la demanda de plazos de entrega cada vez más breves obligan a innovar en fórmulas de entrega, teniendo en cuenta también la probabilidad de posibles devoluciones. Estas necesidades, que las grandes empresas pueden solucionar con más facilidad con operadores

logísticos internacionales, son más críticas en el caso de las pequeñas empresas de e-commerce. El uso de las tiendas físicas, el establecimiento de puntos de entrega de terceros o el futuro empleo de drones son vías para innovar en ese terreno e intentar superar las barreras logísticas.

9. Dudas y falta de confianza por parte de los consumidores en temas como privacidad, datos personales o pagos: En general, los consumidores dudan sobre diversos aspectos del retail, sobre todo relacionados con las ventas electrónicas y con diferentes aspectos legislativos y de seguridad. Por un lado, dudan de que la legislación les cubra de forma similar en el retail digital que cuando hacen la compra en tiendas o centros comerciales físicos. También aprecian importantes riesgos en el balance entre el uso de sus datos para ofrecer y personalizar servicios y promociones y la protección de su privacidad y de sus datos personales. Dudan de si los beneficios que obtienen son un precio demasiado elevado por poner en riesgo su privacidad. Finalmente, parte de los consumidores no acaban de sentirse seguros y no tienen una total confianza en materia de nuevos medios de pago, que son imprescindibles en todas las compras del retail online. Los avances en materia de seguridad, protección de datos y mejora de la confianza son importantes para que se consolide la transformación digital del retail.

10. Ausencia de iniciativas que difundan las aplicaciones y servicios asociados a

la digitalización del retail: Muchas de las barreras asociadas a la digitalización del retail, como el desconocimiento por parte de las empresas de las posibilidades de innovación, las dificultades para decidir las mejores tecnologías que pueden aportar valor al negocio y los socios tecnológicos más adecuados o las dificultades de las pymes para invertir en tecnología, mejorar sus establecimientos y competir con las grandes cadenas, tienen su origen en la falta de información pública y disponible sobre casos y experiencias previas en este campo. La existencia de esta información, por ejemplo a través de la creación de centros de referencia, podría contribuir a estimular a aquellas empresas que no se han planteado la transformación digital. Esos centros podrían ayudar también a la Administración Pública a conocer el negocio del retail, a mejorar su regulación y a establecer mecanismos de apoyo.

4. Conclusiones

La economía colaborativa, se puede considerar como parte de la globalización tecnológica, donde su expansión no conoce límites ni sectores tradicionales de la economía, por el contrario los va transformando para crear un modelo estándar de beneficios y cada vez más práctico para quienes hacen uso de esta.

El sector retail ha sido el sistema más utilizado en el tiempo por el ser humano para la oferta y demanda de sus productos, y ha sido este modelo el principal intermediario entre los grandes mayoristas y los más

alejados sectores consumistas, acceder a este modelo realmente se consideraba el más sencillo y rápido, por la cantidad de ítems que maneja y el acercamiento del cliente; sin embargo, el cliente ya no tiene la misma cultura que hace treinta años, por lo que actualizarlo es imprescindible para mejorar el intercambio de productos a través de la economía colaborativa, en un mercado dominado por la tecnología.

Las barreras para la transformación del modelo retail, muestran las posibles desventajas al momento de digitalizarse; sin embargo se puede complementar con dos más que afectan de forma transversal a todas ellas, como son el ritmo y velocidad del cambio tecnológico y de disrupción digital al que las empresas se ven sometidas directamente para poder innovar y transformarse, y la necesidad de que las empresas modifiquen su mentalidad y asuman que la digitalización no consiste solo en implementar tecnologías, sino que requiere también rediseñar los procesos internos y cambiar la cultura su fuerza laboral.

Avanzar en el tiempo, significa crear valor en los sistemas actualmente utilizados, por lo que interrelacionar los avances tecnológicos con los más simples factores que afectan la cotidianidad de la sociedad resulta imprescindible.

Bibliografía

Baltzan, P., Phillips, A. (2009). *Business Driven Technology*. Nueva York: McGraw-Hill.

Barà, Marc. (2017). *¿Qué es la economía*

colaborativa y cuáles son sus beneficios? Universidad de Cataluña.

Chopra, S. & Meindl, P. (2007). *Administración de la cadena de suministro*. México: Parson Prentice Hall.

D. H., Meadows, D. L., Randers, J. *The Limits to Growth. The 30 year update*. Vermont: Chelsea 2004

Guerrero Martínez, D. (2012). Factores clave de éxito en el negocio del retail. *Ingeniería Industrial*, (45), 189-205.

Guerrero Martínez, D. (2012). Factores clave de éxito en el negocio del retail. *Ingeniería Industrial*, (30), 189-205.

Informe "A Roadmap to Digital Value in the Retail Industry", Cisco, 2016, <http://conectedfuturesmag.com/a/S15R13/retail-roadmap/>

Levy, M. & Barton, A. (2009). *Retailing management*. Boston: McGraw-Hill Irwin.

Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., Behrens, W.W. *The Limits to Growth*. Nueva York: Signet Books, 1972; Meadows,

OCDE (2015): "Its a gig, but is it a job?", *OECD Observer*, nº 35.

Stanton, W., Etzel, M. & Bruce, W. (2007). *Fundamentos de marketing*. México: McGraw-Hill.

